JEAN BAUDRILLARD

Sistemul obiectelor

JEAN BAUDRILLARD

SISTEMUL OBIECTELOR

INTRODUCERE

Putem oare clasifica întreaga vegetatie a obiectelor ca pe o flora sau o fauna, cu specii tropicale si glaciare, cu mutatii bruste si cu specii pe cale de disparitie? în civilizatia urbana vedem succedîndu-se în ritm accelerat generatii de produse, de aparate, de gadgeturi* fata de care omul pare o specie deosebit de stabila. Daca ne gîndim bine, aceasta viermuiala nu e mai neobisnuita decît cea a nenumaratelor specii naturale. Iar pe acestea omul le-a pus deja în ordine. si pe vremea cînd a început sa faca acest lucru în mod sistematic, a fost în stare si sa ofere un tablou exhaustiv al obiectelor practice si tehnice de care era înconjurat, în Enciclopedie. De atunci însa, echilibrai s-a rupt: obiectele cotidiene (nu avem în vedere dispozitivele automate) prolifereaza, nevoile se înmultesc, productia accelereaza aparitia si disparitia acestora, iar vocabularul nu mai ajunge sa le defineasca. Putem oare spera ca vom reusi sa clasificam o lume de obiecte care se schimba vazînd cu ochii si sa ajungem la un sistem descriptiv al acestora? Am avea aproape tot atîtea criterii de clasificare cîte obiecte: dupa marime, gradul de functionalitate (adica raportul cu propria lor functie obiectiva), gesturile legate de ele (bogate sau sarace, traditionale sau nu), forma, durata, clipa din zi în care se manifesta (prezenta mai mult sau mai putin intermitenta si constiinta pe care o avem despre acest fapt), materia pe care o transforma (în ce priveste masina de rîsnit cafea, totul e limpede, nu însa si pentru oglinda, radio, automobil. Orice obiect transforma însa ceva), gradul de exclusivitate sau de socializare în folosire (personala, familiala, publica, indiferenta) etc. La drept vorbind, toate aceste modalitati de clasificare pot parea, în cazul unui ansamblu aflat în continua **schimbare** si expansiune cum e cel al obiectelor, aproape la fel de întîmplatoare ca si ordinea alfabetica. Catalogul Manufacturii de Arme de la Saint-Etienne ne ofera, în lipsa structurilor, subdiviziuni, dar nu se refera decît la obiecte definite dupa functia lor: fiecare raspunde unei operatii, adesea infima si eteroclita, iar un sistem de semnificatii nu se face simtit nicaieri[1]. La un nivel mult mai ridicat, analiza în acelasi timp functionala, formala si structurala a obiectelor în evolutia lor istorica, pe care o gasim în cartea lui Siegfried Giedion *Mechanization takes command* (1948), adevarata epopee

a obiectului tehnic, semnaleaza schimbarile de structuri sociale legate de evolutia tehnicii, dar nu raspunde cîtusi de putin la problema de a sti cum sînt traite obiectele, la ce nevoi (în afara celor structurale) raspund ele, ce structuri mentale se întrepatrund cu structurile functionale contrazicîndu-le si pe ce sistem cultural, infra- sau

transcultural e bazat felul în care ele sînt traite zi de zi. Iata întrebarile pe care ni le punem în paginile ce urmeaza. Nu va fi vorba de obiecte definite prin functie sau dupa clasele în care le-am putea împarti pentru comoditatea analizei, ci de procese prin care oamenii intra în legatura cu ele, si de asemenea de sistematica conduitelor si a relatiilor umane ce rezulta din aceasta.

Studierea sistemului "vorbit" al obiectelor, adica a sistemului de semnificatii mai mult sau mai putin coerent pe care ele îl instaureaza, presupune întotdeauna un plan distinct al acestui sistem "vorbit", mai riguros structurat decît el, un plan structural asezat dincolo de descrierea functionala: planul tehnologic.

Planul tehnologic e o abstractie: în viata curenta nu avem, practic, constiinta realitatii tehnologice a obiectelor. Totusi, aceasta abstractie e o lealitate fundamentala: tocmai ea domneste asupra transformarilor radicale ale mediului. Lasînd la o parte orice paradox, putem spune chiar ca ea constituie partea cea mai concreta a obiectului, deoarece procesul tehnologic e acela al evolutiei structurale obiective. Riguros vorbind, tot ce i se întîmpla obiectului în mediul tehnologic e *esential,* iar ce i se întîmpla în domeniul psihologic sau sociologic al nevoilor si practicilor e *inesentiaL* Discursul psihologic asupra obiectului ne trimite neîncetat la un nivel mai coerent, fara legatura cu discursul individual sau colectiv: l-am putea numi cel al unei *limbi* tehnologice. Plecînd de la aceasta limba, de la coerenta modelului tehnic, putem întelege ce li se întîmpla obiectelor prin faptul ca sînt produse si consumate, posedate si personalizate.

Prin urmare, e urgent sa definim chiar de la început un plan de rationalitate a obiectului, altfel spus de structurare tehnologica obiectiva. Iata exemplul motorului cu benzina în cartea lui Gilbeit Simondon, *Des modes d'existence des objets techniques*(Aubier, 1958): "în motorul zilelor noastre, fiecare piesa importanta e atît de legata de celelalte prin schimburi reciproce de energie încît nu poate fi altfel decît e... Forma chiulasei, metalul din care e facuta, legatura cu toate celelalte elemente ale ciclului produc o anumita temperatura a electrozilor bujiei; la rîndul ei, aceasta temperatura reactioneaza asupra caracteristicilor aprinderii si ale ciclului în întregimea lui.

Motorul zilelor noastre e concret, cel vechi e abstract. în motorul vechi, fiecare element intervine la un anumit moment în ciclu, dupa care nu mai trebuie sa actioneze asupra celorlalte elemente. Piesele motorului sînt asemenea unor oameni care ar lucra pe rînd, fara însa a se cunoaste unul pe celalalt... Exista o forma primordiala a obiectului tehnic, forma abstracta în care fiecare unitate teoretica si materiala e tratata ca un absolut, cerînd sa

fie constituita, în vederea functionarii, ca un sistem închis. în acest caz, integrarea pune o serie de probleme ce trebuie rezolvate..., si astfel apar structuri deosebite pe care le

putem numi, pentru fiecare unitate ce constituie ansamblul, structuri de aparare: chiulasa motorului termic cu combustie interna se înconjoara cu aripioare de racire. Acestea par adaugate dinafara la cilindru si la chiulasa teoretica, si nu împlinesc decît o functie: racirea. în motoarele recente, aceste aripioare au pe deasupra si un rol mecanic, opunîndu-se ca niste nervuri la deformarea chiulasei sub presiunea gazelor... Nu mai putem distinge cele doua functii: s-a dezvoltat o structura unica, care nu e un compromis, ci o concomitenta si o convergenta: chiulasa cu nervuri poate fi mai îngusta, lucru ce permite o racire mai rapida; structura bivalenta aripioare/nervuri asigura prin urmare sintetic, si într-un mod mult mai satisfacator, cele doua functii, cîndva distincte: le integreaza pe ambele, depasindu-le... Vom spune ca aceasta structura e mai concreta decît precedenta si corespunde unui progres obiectiv al obiectului tehnic: poblema telinologica reala e acum cea a convergentei functiilor într-o unitate structurala, si nu cea a cautarii unui compromis între exigente contrare. La limita, în aceasta trecere de la abstract la concret, obiectul tehnic tinde sa ajunga la staret unui sistem în întregime coerent cu el însusi, perfect unificat" (pp. 25-26).

Aceasta analiza e esentiala: ne da elementele unei coerente care nu e niciodata traita, ce nu poate fi niciodata descifrata în practica. Tehnologia ne aduce în fata ochilor o poveste plina de rigoare a obiectelor, în care antagonismele functionale se rezolva dialectic în structuri mai largi. Fiecare trecere spre un sistem tot mai bine integrat, fiecare comutare în interiorul unui sistem deja structurat, fiecare sinteza de functii face sa apara un sens, o pertinenta obiectiva independenta de indivizii care o vor face sa functioneze: iata-ne în nivelul limbii; prin analogie cu fenomenele lingvistice, am putea numi aceste elemente telinice simple - diferite de obiectele reale -, pe jocul carora se bazeaza evolutia tehnologica, "tehneme"′. La acest nivel, putem avea în vedere o tehnologie structurala, ce studiaza organizarea concreta a acestor telmeme în obiecte telinice tot mai complexe si sintaxa lor în cadrul unor ansambluri.

Aceasta stiinta nu se poate însa desfasura riguros decît în sectoare re-strînse, ce merg de la cercetarile de laborator pîna Ia înaltele realizari telinice precum aeronautica, astronautica, marina, marile camioane de transport, dispozitivele prefectionate etc: tocmai acolo unde urgenta tehnica face sa functioneze pe deplin constrîngerea structurala si unde caracterul colectiv si impersonal reduce la minim puterea modei. în vreme ce automobilul se epuizeaza în jocul formelor pastrînd cu toate acestea un statut tehnologic minoritar (racire cu apa, motor cu cilindri etc), aviatia e silita sa produca obiecte tehnice dintre cele mai concrete pentru simple ratiuni functionale (siguranta, viteza, eficacitate). în acest caz, evolutia telinologica urmeaza o linie aproape pura. E limpede însa ca aceasta analiza

tehnologica structurala e insuficienta daca e vorba sa furnizam o explicatie a sistemului*cotidian* al obiectelor.

Oricine poate visa sa faca o descriere exhaustiva a tehnemelor si a raporturilor de sens dintre ele, ceea ce ar fi suficient pentru a epuiza lumea obiectelor reale: dar acesta e doar un vis. Ispita de a folosi tehnemele precum astrii în astronomie, adica, dupa cum spune Platon, "ca pe niste figuri de geometrie, fara sa ne gîndim la ce se petrece în cer, daca vrem sa devenim adevarati astronomi si sa tragem vreun folos din acea parte a sufletului nostru care e inteligenta" *(Republica,* 1 VII), se izbeste de îndata de realitatea psihologica si sociologica traita a obiectelor, ce constituie, dincolo de materialitatea lor sensibila, un corp de constrîngeri de asa natura încît coerenta sistemului tehnologic e neîncetat modificata si perturbata. Ceea ce ne intereseaza aici e tocmai aceasta perturbare, si de asemenea felul în care rationalitatea obiectelor intra în conflict cu irationalitatea nevoilor, precum si modul în care aceasta contradictie face sa apara un sistem de semnificatii ce nazuieste sa o rezolve, si nu modelele tehnologice pe al caror adevar fundamental se precizeaza fara încetare realitatea traita a obiectului.

Fiecare dintre obiectele noastre practice e legat de unul sau mai multe elemente structurale, însa într-un anume fel aceste obiecte îsi abandoneaza continuu structurali tatea tehnica în folosul unor semnificatii secunde, alunecînd din sistemul tehnologic în sistemul cultural. Mediul ambiant cotidian e, într-o foarte mare masura, un sistem "abstract" : în general, obiectele sînt izolate în propria lor functie, si omul e cel care asigura, raspunzînd nevoilor lui, coexistenta lor într-un context functional, care e un sistem prea putin economic, putin coerent, analog structurii arhaice a vechilor motoare cu benzina: îngemanare de functii partiale, adesea indiferente **sau**antagoniste. Tendinta actuala nu e cîtusi de putin, de altfel, de a rezolva aceasta incoerenta, ci de a raspunde' nevoilor succesive prin obiecte noi. Asa se face ca fiecare obiect adaugat celorlalte îsi desavîrseste propria-i functie, dar contrazice ansamblul, ba chiar uneori îsi desavîrseste si îsi contrazice simultan propria-i functie.

Pe lînga toate acestea, cum conotatiile formale si tehnice se adauga incoerentei functionale, întregul sistem al nevoilor - socializate sau inconstiente, culturale sau practice -, întregul sistem trait, inesential, se revarsa asupra ordinei tehnice esentiale si compromite statutul obiectiv al obiectului.

Iata un exemplu: lucrul "esential" si structural, asadar cel mai concret obiectiv la o rîsnita de cafea e motorul electric, adica energia distribuita de centrala si legile de producere si transformare a energiei; ceea ce e deja mai putin obiectiv, deoarece e în legatura cu nevoile unuia sau altuia, e functia definita de a macina cafeaua; ceea ce nu e deloc obiectiv, fiind asadar inesential, e faptul ca rîsnita e verde si dreptunghiulara, sau roz si trapezoi-

dala. O aceeasi structura, motorul electric, se poate specifica în diverse functii: diferentierea functionala e deja

secundara (caci prin ea obiectul poate cadea în incoerenta gadgetului). Acelasi obiect-functie se poate specifica la rîndul lui în forme deosebite: iata-ne în domeniul "personalizarii", al conotatiei formale: al inesentialului. Or, faptul ce caracterizeaza obiectul industrial opus celui artizanal a aceea ca inesentialul nu e lasat la cheremul cererii si al executiei individuale, ci e reluat si sistematizat în productie[2], care-si asigura prin el (si prin arta combinatorie universala a modei) propria-i finalitate.

Tocmai aceasta complicatie de nerezolvat determina conditii de autonomizare diferite în sfera tehnologica, ce se refera la posibilitatea analizei structurale în domeniul obiectelor - si în cea a limbajului. Daca exceptam obiectele tehnice pure, cu care nu avem niciodata de a face ca subiecti, vom vedea ca cele doua niveluri, al denotatiei obiective si al conotatiei (prin care obiectul e investit, comercializat, personalizat, prin care intra în cadru utilitar si în sistemul cultural) nu sînt strict disociabile precum cel al limbii si al vorbirii în lingvistica, în conditiile actuale de productie si de consum. Nivelul tehnologic nu are o autonomie structurala atît de mare încît "faptele de vobiie" (în cazul nostru obiectul "vorbit") sa nu fie mai importante în analiza obiectelor decît în analiza faptelor de limba. Daca faptul de a-l pronunta pe *r* rostogolit sau graseiat nu schimba nimic în sistemul limbii, cu alte cuvinte daca sensul conotat nu compromite cîtusi de putin structurile denotate, conotatia de obiect apasa în schimb si altereaza simtitor structurile tehnice. Spre deosebire de limba, tehnologia nu constituie un sistem stabil. Contrar monemelor si fonemelor, tehnemele sînt în continua evolutie. Or, faptul ca sistemul tehnologic e atît de implicat, prin revolutia lui permanenta, în însusi timpul obiectelor practice care-l "vorbesc" - e si cazul limbii, dar într-o masura infinit mai mica -, faptul ca acest sistem are drept scop stapînirea lumii si satisfacerea nevoilor, adica finalitati mai concrete, mai putin disociabile de practica decît comunicarea, care e scopul limbajului -, în sfîrsit faptul ca tehnologia depinde strict de conditiile *sociale* ale cercetarii tehnologice, prin urmare de ordinea globala de productie si de consum, care e constrîngere exterioara ce nu se exercita asupra limbii -, din toate acestea rezulta ca sistemul obiectelor, contrar celui al limbii, nu poate fi descris *stiintific* decît în masura în care e considerat, *în cadrul aceleiasi miscari,* ca rezultînd din interferenta continua a unui sistem de practici cu un sistem de tehnici. Ceea ce explica realul sînt mai putin structurile coerente ale tehnicii cît modalitatile de întîlnire a practicilor si a tehnicilor, sau mai precis modalitatile prin care practicile frîneaza tehnicile. La drept vorbind, descrierea sistemului obiectelor nu se poate lipsi de o critica a ideologiei practice a sistemului. La nivelul tehnologic nu exista contradictii: nu exista decît sens. Dar o stiinta umana nu poate fi decît stiinta sensului *si* a contrasensului: în ce fel un sistem tehnologic coerent se disperseaza într-un sistem practic incoerent, în ce fel

"limba" obiectelor poate fi "vorbita", în ce fel sistemul "vorbirii" (care e intermediar între limba si vorbire) îl eclipseaza pe cel al limbii? în sfîrsit, unde sînt - lasînd la o parte coerenta abstracta - contradictiile traite în sistemul obiectelor?[3]

* *Gadget:* dispozitiv sau obiect nou si amuzant. Cuvîntul a intrat în franceza prin 1946, provenind dintr-un cuvînt anglo-american identic, atestat prin 1870.

[1] Dar însusi catalogul, existenta lui ca atare, e bogat în sensuri: el are o intensa semnificatie culturala, prin propriu-i proiect de nomenclator exhaustiv: nu putem atinge obiectele decît printr-un catalog ce poate fi rasfoit "pentru propria noastra placere", ca un manual al minunilor, o carte de povesti, un meniu de restaurant etc.

[2] Modalitatile de tranzitie de la esential la inesential sînt prin urmare relativ sistematice, chiar si ele. Sistematizarea inesentialului are aspecte psihologice si sociologice, si de asemenea o functie ideologica de integrare (v. *Modele si serii).*

[3] Pe baza acestei distinctii putem face o apreciere strînsa între analiza obiectelor si lingvistica, sau mai degraba semiologie. Cee.a ce noi numim, în cîmpul obiectelor, diferenta marginala sau inesentiala, e ceva analog cu notiunea semiologica de "cîmp de dispersie": cîmpul de dispersie e constituit de varietatile de executare a unei unitati (de exemplu a unui fenomen) atîta timp cît aceste varietati nu aduc o schimbare de sens (adica nu devin variatii pertinente). In arta culinara putem vorbi de o dispersie a unui fel de mîncare, constituit de limitele între care acesta continua sa semnifice, oricare ar fi "fanteziile" celui ce-l pregateste. Variantele care compun cîmpurile de dispersie se numesc *variante combinatorii:* ele nu participa la comutarea sensului, si nu sînt pertinente. .. Multa vreme variatiile combinatorii au fost considerate ca fapte de vorbire; cu siguranta, sînt foarte apropiate de vorbire, dar actualmente sînt socotite fapte de limba, deoarece sînt "obligatorii" (Roland Barthes, *Communications,* nr.4, p.128). Barthes adauga ca aceasta notiune e sortita sa devina centrala în semiologie, deoarece variatiile nesemnificative în planul denotatiei pot sa redevina semnificative în planul conotatiei. Din cele de mai sus ne dam seama de faptul ca exista o analogie profunda între variatia combinatorie si diferenta marginala: ambele se refera la inesential, nu au nici o pertinenta, tin de o arta a combinatiei si-si precizeaza sensul la nivelul conotatiei. Distinctia capitala e însa aceasta: daca variatia combinatorie ramîne exterioara si indiferenta în planul semiologic al denotatiei, diferenta marginala nu e, în schimb, niciodata "marginala" , pentru ca planul tehnologic nu desemneaza, precum cel al limbii în cadrul limbajului, o abstractie metodologica fixa ce devine reala prin dinamica conotatiilor, ci o schema structurala evolutiva pe care conotatiile (diferentele inesentiale) o stabilizeaza, o fac sa devina stereotipa si sa regreseze. Dinamica structurala a

tehnicii încremeneste la nivelul obiectelor si în subiectivitatea diferentiala a sistemului cultural, ce se repercuteaza el însusi asupra ordinei tehnice.

A. SISTEMUL FUNCȚIONAL SAU DISCURSUL OBIECTIV

L STRUCTURILE DE ARANJARE A MEDIULUI COTIDIAN

MEDIUL TRADIȚIONAL

Configuratia mobilierului e imaginea fidela a structurilor familiale si sociale ale unei epoci. Interiorul burghez tipic e de natura patriarhala: un ansamblu constituit din sufragerie si dormitor. Diferite prin functia lor dai' puternic integrate, mobilele graviteaza în jurul bufetului sau al patului din mijlocul camerei. Tendinta e de acumulare si de ocupare a spatiului, si de asemenea de închidere a acestuia: unifunctionalitate, inamovibilitate, prezenta impozanta si eticheta **ierarhica.** Fiecare camera are o destinatie stricta, ce corespunde diverselor functii ale celulei familiale, si care trimite, mai departe, la o conceptie a persoanei ca îmbinare echilibrata de facultati distincte. Mobilele se privesc, se dau la o parte una pe alta si se implica într-o unitate mai curînd de ordin moral decît spatial. Se gmpeaza în jurul unei axe ce asigura cronologia regulata a conduitelor mereu simbolizata prezenta a familiei fata de ea însasi. In spatiul privat, fiecare mobila si fiecare camera, la rîndul ei, îsi interiorizeaza functia si marcheaza demnitatea simbolica a acesteia, iar- casa, în întregul ei, desavîrseste integrarea relatiilor personale în grupul pe jumatate închis al familiei.

Toate acestea dau nastere unui organism a carui structura e relatia patriarhala de traditie si de autoritate, si a carui inima e relatia afectiva complexa ce-i uneste membrii. Acest nucleu e un spatiu specific, care tine prea putin seama de o amenajare obiectiva, deoarece mobilele si obiectele au ca functie, în primul rînd, personificarea relatiilor umane, umplerea spatiului pe care-l împart între ele, ca si faptul de a avea un suflet[1]. Dimensiunea reala în care traiesc e supusa dimensiunii morale pe care trebuie sa o semnifice. în acest spatiu, ele au tot atît de putina autonomie ca si diferitii membri ai familiei în societate. De altfel, fiintele si obiectele sînt foarte legate între ele, iar obiectele îsi însusesc din aceasta cîrdasie o valoare afectiva, pe care în mod obisnuit o numim "prezenta".

Ceea ce face profunzimea caselor copilariei si caracterul lor evocator în amintire e, evident, aceasta structura complexa de interioritate în care obiectele traseaza sub ochii nostri limitele unei configuratii simbolice: salasul copilariei. Ruptura între interior si exterior si opozitia formala a acestora sub semnul social al proprietatii si sub semnul psihologic al imanentei familiei face din acest spatiu traditional o transcendenta încinsa. Zeii lari care sînt obiectele devin treptat nemuritori, deoarece încarneaza în

spatiu legaturile afective si permanenta grupului, pîna ce o generatie mo-

10

1 1

dema îi va respinge, îi va împrastia sau, uneori, îi va reinstala în actualitatea nostalgica a unor obiecte vechi. Ca si zeii, mobilele au uneori norocul unei existente secunde, care trece de la utilizarea fireasca la barocul cultural.

Ordinea sufrageriei si a dormitorului, ca structura mobiliara legata de structura imobiliara a casei, e de asemenea aceea propagata de publicitate în publicul larg. Levitan si galeriile Barbes propun întotdeauna gustului colectiv normele ansamblului "decorativ", chiar daca liniile s-au "stilizat", si chiar daca decorul si-a pierdut caldura. Iar daca aceste mobile se vînd, nu e din cauza ca ar fi mai ieftine, ci pentru ca poarta în ele certitudinea oficiala a grupului si confirmarea burgheza. si astfel niste mobile-monumente (bufetul, patul, dulapul), ca si îmbinarea lor reciproca, raspund persistentei structurilor familiale traditionale în straturi foarte largi ale societatii moderne.

OBIECTUL MODERN ELIBERAT ÎN PROPRIA-I FUNCȚIE

în acelasi timp cu schimbarea între individ, pe de o parte, si familie si societate pe de alta parte, se schimba st stilul

obiectelor de mobilier. Di-vanuri si paturi asezate în colturile camerelor, uneori cu etajere deasupra lor, masute joase, rafturi numeroase si elemente marunte o iau înaintea vechiului ansamblu de mobile. Asezarea se schimba si ea. Patul devine o bancheta-pat, bufetul si dulapurile - piesele escamotabile. Toate se aduna si se desfac, se echilibreaza sau intra în scena la momentul oportun. Desigur, aceste inovatii nu au caracterul unei improvizatii libere: aproape întotdeauna, mobilitatea sporita, comutabilitatea si oportunitatea ce o însotesc e doar rezultatul unei adaptari silite la lipsa de spatiu. Darul de a inventa e un dar al saraciei. si daca vechea sufragerie era apasata de o conventie morala, interioarele "moderne", în întreaga lor ingeniozitate, ne dau deseori impresia unor expediente functionale. "Lipsa stilului" e, în primul rînd, o lipsa de spatiu, iar functionalitatea maxima - o rezolvare nefericita în care faptul de a te gasi la tine acasa îsi pierde organizarea interioara, fara a-si pierde delimitarile. Destructurarea fara reconversiune a spatiului si a prezentei obiectelor e, înainte de toate, o saracire.

Tocmai asa apare ansamblul modern de serie: destructurat, dar nu restructurat - deoarece nimic nu compenseaza puterea de expresie a vechii ordini simbolice. Cu toate acestea, exista un progres: între individ si obiecte, devenite mai suple prin utilizare si neexercitînd sau nesimbolizînd nici o constrîngere morala, legatura e mai libera: prin ele, individul nu mai e în stricta relatie cu familia sa[2]. în mobilitatea si multifunctionalitatea lor, el îsi gaseste o mai

mare libertate de organizare, reflex al unei mai mari disponibilitati în relatiile sale sociale. Aceasta nu e însa decît un fel de eliberare partiala. La nivelul obiectului de serie, în absenta unei restructurari a spatiului, aceasta evolutie "functionala" nu e, de-ar fi sa reluam distinctia marxista, decît o emancipare, si nu o eliberare, deoarece nu semnifica decît *eliberarea functiei obiectului, si nu a obiectului însusi.*

12

Masa neutra, usoara, escamotabila, patul fara picioare, fara cadru, neacoperit, un fel de grad zero al patului, toate obiectele alcatuite din linii "pure" care nici macar nu mai par ceea ce sînt, reduse la structura cea mai simpla, ca si cum ar fi definitiv secularizate: ceea ce s-a eliberat în ele si care, eliberîndu-se, a eliberat ceva în om (sau pe care omul, eliberîndu-se, l-a eliberat în ele) e propria lor functie. Aceasta nu mai e estompata de teatralitatea morala a vechilor mobile, ci s-a desprins de ritual, de eticheta, de o întreaga ideologie ce faceau din mediul înconjurator oglinda opaca a unei structuri umane reificate. în zilele noastre, obiectele transpar în mod clar în ceea la ce servesc. Prin urmare, sînt libere ca *obiecte functionale,* cu alte cuvinte au libertatea de a functiona, iar pentru obiectele de serie nu o au decît pe aceasta[3].

Or, *atîta timp cît obiectul nu e eliberat decît în functia lui, în mod reciproc omul nu e eliberat decît ca utilizator al obiectului în cauza.* Acest fapt e un progres, dar nu un moment hotarîtor. Un pat e un pat, un scaun e un scaun: între ele nu exista nici o legatura atîta vreme cît nu servesc decît la ce servesc. Iar fara legatura nu exista spatiu, deoarece spatiul exista doar daca e deschis, provocat, ritmat, largit printr-o corelare de obiecte si prin depasirea functiei acestora într-o noua structura. într-un fel, spatiul e libertatea reala a obiectului, functia fiind doar libertatea lui formala. Sufrageria burgheza e structurata, dar structura ei e închisa. Mediul functional e mai deschis, mai liber, dar e si destructurat, rupt în functii diverse. între cele doua, în spartura dintre spatiul psihologic integrat si spatiul functional îmbucatatit, se misca obiectele de serie ce privesc si spre unul si spre celalalt, aflîndu-se adesea în acelasi interior.

INTERIORUL MODEL

Elementele

Acest spatiu de negasit, care nu e nici exterioritate delimitata prin con-strîngeri si nici inferioritate de refugiu, acesta libertate si acest "stil" ce nu poate fi descifrat în obiectul de serie deoarece e aservit propriei sale functii poate fi gasit în interioarele model. în acestea apare o structura noua si o evolutie semnificativa[4]. Rasfoind reviste de lux precum *Maison Frangaise, Mobilier et Decoration* etc.[5]. remarcam alternanta a doua teme: pe de o parte, case sublime, în afara oricarei concurente, vechi

locuinte din secolul al XVIII-lea, vile amenajate în chip miraculos, gradini italiene încalzite cu raze infrarosii si împînzite cu statuete etrusce, pe scurt lumea exemplarului unic, ce nu poate decît sa ne sileasca sa o contemplam fara speranta (cel putin fara nici o speranta sociologic rezonabila). Acestea sînt modelele aristocratice, care prin valoarea lor absoluta sustin cealalta parte: decorul amenajarii moderne. Obiectele si mobilele propuse de acestea, desi au un "standing"* înalt, au si o incidenta sociologica: nu e vorba de creatii de vis,

necomerciale, ci, în sensul propriu, de *modele.* De data aceasta nu ne mai aflam în domeniul artei pure ci într-unui care, cel putin virtual, priveste întreaga societate.

Modelele avangardei în domeniul mobilelor se dispun în functie de o opozitie fundamentala: *elemente/fotolii,* iar imperativul practic caruia i se supun e *aranjarea mediului,* altfel spus un calcul sintagmatic caruia i se opune, tot asa cum fotoliile se opun elementelor, conceptul general de *ambianta.*

"TECMA: Elemente extensibile si care se pot juxtapune, transforma si mari; fiind armonioase, alcatuiesc un mobilier perfect omogen; fiind functionale, raspund tuturor imperativelor vietii modeme. Raspund si exigentelor dumneavoastra: puteti face din ele o biblioteca, un bar, un suport pentru radio, un dulap, o garderoba, un birou, un cufar, o comoda, un dulapior pentru vase, o vitrina, sertare pentru fise, o masa escamotabila. TECMA e la dispozitia dumneavoastra în lemn de tec dat cu ulei sau în lemn de acaju lacuit."

"OSCAR: Construiti-va singuri o ambianta OSCAR! E pasionant si inedit. Gama de mobile OSCAR e un joc de elemente predecupate.

Descoperiti 555b12f placerea de a compune la scara mica modelul mobilierului dumneavoastra, în relief, în culori si dupa puterile mîinilor dumneavoastra! Dumneavoastra îl creati, dumneavoastra îl transformati, acasa, dupa cum doriti!

Veti fi bucuros daca veti comanda mobila OSCAR, originala si personala, mîndria caminului dumneavoastra!"

"MONOPOLY: Fiecare dintre ansamblurile MONOPOLY e cel mai bun prieten al personalitatii dumneavoastra. Sistem din abanos de înalta calitate, din tec sau din makore cu îmbinari invizibile de elemente cu patru. muchii ce permit structurari infinit de variate de mobile adaptate gusturilor si spatiului dumneavoastra în functie de nevoi.

Elemente monobloc policombinabile: le puteti adapta pentru a crea si la dumneavoastra acasa atmosfera rafinata pe care o visati."

Aceste exemple lasa sa se vada depasirea obiectului-functie spre o noua ordine practica de organizare. Valorile simbolice si valorile de utilizare se estompeaza în spatele valorilor de organizare. Substanta si forma vechilor mobile sînt definitiv uitate în folosul unui joc al functiilor extrem de liber. Obiectele nu mai sînt investite cu un "suflet", si nici nu ne mai investesc cu prezenta lor simbolica: relatia devine obiectiva, fiind una de îmbinare si de joc. Valoarea pe care o ia nu mai e instinctiva si psihologica, ci tactica. Nu mai sîntem definiti de misterul relatiilor singulare, ci de diferentele si demersurile unui joc. O limitare fundamentala e înlaturata, paralel cu o modificare simtitoare a structurilor sociale si interpersonale.

Peretii si lumina

Camerele, ca si casa însasi, depasesc sectionarea traditionala prin

perete, ce facea din ele spatii-refugiu. Camerele se desfac, totul comunica, apoi se fragmenteaza în unghiuri, în zone difuze si în sectoare mobile: se liberalizeaza. Ferestrele nu mai sînt niste orificii ce se opun navalei aerului si luminii, care soseau *din afara* pentru a se aseza pe obiecte, pe care le luminau "dinauntru". Mai simplu: nu mai exista deloc ferestre, iar lumina, ce intervine liber, a devenit functia universala de existenta a lucrurilor. Tot asa, obiectele si-au pierdut substanta ce le întemeia si forma ce le delimita, prin care omul le anexa propriei sale imagini: acum, spatiul se desfasoara liber între ele, devenind functia universala a raporturilor si "valorilor" lor.

Luminarea

In aceeasi ordine de evolutie, multe amanunte sînt semnificative: de exemplu tendinta de a îndeparta sursele de lumina. "Un santulet sapat de jur împrejurul tavanului adaposteste pe tot perimetrul lui tuburi de neon, ce asigura o luminare discreta". "Luminare uniforma cu tuburi mascate în diferite puncte: sub santul din tavan care se întinde de-a lungul perdelelor, în spatele partii superioare a mobilelor, sub partea de sus a dulapurilor etc." Totul se petrece ca si cum sursa de lumina ne-ar reaminti originea lucrurilor. Chiar si atunci cînd nu mai lumineaza, din tavan, cercul familiei, chiar daca e împrastiata si îmbucatatita, ramîne în continuare semnul unei intimitati privilegiate, atribuie lucrurilor o valoare deosebita, da nastere umbrelor si inventeaza prezente. întelegem cu usurinta de ce un sistem care tinde spre calculul obiectiv al elementelor simple si omogene vrea sa stearga pîna si ultimul semn de stralucire interioara si de înuvelire simbolica a lucrurilor cu privirea- sau cu dorinta.

Oglinzi si portrete

Alt simptom: disparitia oglinzilor. Dupa atîta metafizica **ar** trebui sa scriem o psiho-sociologie a oglinzii. Mediul taranesc traditional ignora oglinda, poate ca îi e chiar teama de ea: oglinda e ca o **vrajitoare.** Dimpotriva, interiorul burghez, ca si ceea ce a mai ramas din el, mobilierul actual de serie, înmulteste numarul oglinzilor de pe pereti, de pe dupaluri, de pe masutele de **servit,** de pe bufete. Ca si sursa de lumina, oglinda e o piesa privilegiata a camerei de locuit. în acest sens, ea joaca pretutindeni, în decorul confortului domestic, un rol ideologic de redundanta, de superflui-tate, de obiect reflector e un obiect al omului bogat, în care practica persoanei burghezului, foarte respectuoasa cu ea însasi gaseste privilegiul de a-si înmulti imaginile si de a dispune de propriile-i bunuri. în general, putem spune ca oglinda, care e un obiect ce tine de ordinea simbolica, nu numai ca reflecta trasaturile individului, ci însoteste si stradania constiintei individuale în istorie. Prin urmare, poarta în sine confirmarea unei întregi ordini sociale: nu din întîmplare secolul lui Ludovic al XIV-lea se rezuma

în Galeria Oglinzilor. Tot asa, de cîtava vreme, înmultirea oglinzilor de apartament coincide cu proliferarea fariseismului triumfator al constiintei burgheze de la Napoleon al ffl-lea la Modern Style. Lucrurile s-au schim-bat însa. In ansamblul functional, imaginea de dragul imaginii nu mai e practicata. Oglinda exista în continuare:

lipsita de cadru, ea îsi defineste functia, cel mai exact, în baie. Destinata îngrijirii aparentelor, care e pretinsa de relatiile sociale, ea se elibereaza de gratia si de prestigiul subiectivitatii domestice, în acelasi timp, celelalte obiecte se elibereaza de ea si nu mai sînt tentate sa traiasca într-un circuit închis cu propria lor imagine. Cum oglinda încheie spatiul, ea presupune un perete si trimite la un centru: cu cît avem mai multe oglinzi, cu atît intimitatea camerei e mai formidabila, dar si mai râsfrînta asupra ei însusi. Tendinta actuala de a înmulti deschiderile si peretii transparenti merge în sens invers. (Pe lînga acestea, toate trucajele pe care le permite oglinda sînt împotriva exigentei actuale de transparenta a materialului.) Cercul a fost spart, si trebuie sa recunoastem în ordinea moderna o logica reala cînd elimina, în acelasi timp cu sursele de lumina centrale sau prea vizibile, oglinzile care le reflectau, cu alte cuvinte orice centru si^brice întoarcere la centru în mod simultan, eliberînd astfel spatiul de strabismul de convergenta care facea decorul sa se uite crucis la el însusi, precum constiinta burgheza[6].

Paralel cu oglinda a mai disparut ceva: portretul de familie, fotografia de nunta din dormitor, portretul în picioare sau pîna la brîu al proprietarului din salon, fotografia copiilor pusa în rama mai peste tot. Toate acestea constituie oarecum oglinda diacronica a familiei, dar dispar odata cu oglinzile reale, la un anumit nivel de modernitate (a carei difuzare e înca relativ modesta). Chiar si opera de arta, originala sau în reproduceri, nu mai apare ca o valoare

absoluta, ci la modul combinatoriu. Succesul gravurii în decoratia interioara, ea fiind preferata tabloului, se explica printre altele prin mai mica ei valoare absoluta, asadar printr-o mai mare valoare asociativa. Dupa modelul lampii sau al oglinzii, nici un obiect nu trebuie sa redevina un punct focal intens.

Ceasul de perete si timpul

Un alt miraj disparut din interiorul modern: cel al timpului. S-a pierdut un obiect esential: orologiul sau pendula. Sa ne reamintim ca daca centrul camerei taranesti de locuit e focul si caminul, ceasul de perete e si el un element viu, plin de maretie. în interiorul burghez sau mic burghez, el devine o pendula care, adesea, e asezata pe caminul de marmora, la rîndul lui dominat de oglinda - toate acestea formînd rezumatul simbolic cel mai extraordinar al spiritului domestic burghez. Aceasta pentru ca ceasul de perete e, în timp, echivalentul oglinzii în spatiu. Tot asa cum legatura cu imaginea din oglinda instituie o delimitare si un fel de proiectare spre interior a spatiului, orologiul e, în mod paradoxal, simbolul permanentei si al proiectarii spre interior a timpului. Ceasurile de perete rustice fac parte

dintre obiectele cele mai cautate: aceasta pentru ca sînt tot ce poate fi mai linistitor ca prezenta, deoarece capteaza timpul în intimitatea unei piese de mobilier, fara cea mai mica eroare. Cronometria e înfricosatoare cînd ne introduce în obligatiile sociale, însa ne aduce siguranta cînd face din timp o substanta, decupîndu-l ca pe un obiect de consum. Fiecare dintre noi si-a dat cîndva seama cît de multa intimitate poate conferi unui loc tic-tacul unei pendule sau al unui ceas de perete: acest tic-tac îl face sa semene cu interiorul propriului nostru trup. Orologiul e o inima mecanica ce ne face sa fim linistiti în ce priveste propria noastra inima. Tocmai acest proces de infuzare si de asimilare a substantei temporale, aceasta prezenta a duratei, sînt respinse de ordinea moderna - exterioritate, spatiu si relatii obiective -, ca si celelalte centre de involutie.

SPRE O SOCIOLOGIE A ARANJĂRII?

întregul univers al *Stimmung**-*u\m* a disparut, ca si cel al unisonului "natural" dintre miscarile sufletului si prezenta lucrurilor: ambianta interiorizata (în opozitie cu ambianta exteriorizata a "interioarelor" moderne), în zilele noastre, valoarea nu mai consta în apropiere sau intimitate, ci în informatie, inventie, control, disponibilitate continua fata de mesajele obiective - ea se afla în calculul sintagmatic, ce întemeiaza în mod propriu discursul locatarului modern.

Conceptia decorarii s-a schimbat si ea cu totul. Gustul traditional, care era o determinare a frumosului prin afinitati ascunse, nu mai intevine în ea. Acest gust era expresia unui discurs poetic, o evocare de obiecte închise

asupra lor însele, ce-si raspundeau: în zilele noastre, obiectele nu-si mai raspund unul altuia, ci comunica - nu mai reprezinta o prezenta aparte ci, în cel mai bun caz, o coerenta de ansamblu, rezultat al simplificarii lor ca elemente ale unui cod si ca o calculare a raporturilor dintre ele. Omul poarta un discurs structural cu ele, într-o arta combinatorie nesfîrsita.

Publicitatea valorifica pretutindeni aceasta noua modalitate a decorarii: "Faceti-va un apartament din trei camere, placut si coerent, pe 30 ni^2!" "înmultiti-va apartamentul cu 4!" într-un mod mai general, ea vorbeste de interioare si de mobilare în termeni de "problema" si de "rezolvare" a acesteia. Sensul actual al decorarii sta tocmai acolo, mai degraba decît în "gust": nu mai e vorba de a face sa functioneze un teatru de obiecte sau de a crea o atmosfera, ci de a rezolva o problema, de a da raspunsul cel mai subtil la niste date încurcate, de a mobila un spatiu.

La nivelul obiectelor de serie, posibilitatea acestui discurs functiona] e redusa. Obiectele si mobilele sînt elemente dispersate, a caror sintaxa nu e precizata: în masura în care avem de a face cu un calcul al aranjarii, e vorba de un calcul al penuriei, iar obiectele apar sarace în propria lor abstractie. Aceasta abstractie e totusi necesara: tocmai ea întemeiaza, la nivelul modelului, omogenitatea termenilor jocului functional. Trebuie ca, mai în-

tîi, omul sa înceteze de a se amesteca cu lucrurile si de a le valorifica asa cum face cu el însusi, pentru a putea, mai apoi, sa proiecteze asupra lor un joc, un calcul sau un discurs ce depasesc conditiile de utilizare, si sa valorifice tocmai acest joc ca pe un mesaj adresat celorlalti, si de asemenea siesi. In acest stadiu, modul de existenta a obiectelor "ambiante" se schimba cu totul, iar *sociologia mobilei cedeaza locul unei sociologii a aranjarii* .

Imaginea si discursul publicitar poarta marturia evolutiei: discursul prin faptul ca aduce pe scena în mod direct subiectul ca pe un actor sau manipulator, la indicativ sau la imperativ; iar imaginea omitîndu-i, dimpotriva, prezenta, deoarece ar fi cumva anacronica. Discursul pune ordine în lucruri, o ordine ce exclude redundanta: omul nu mai are nimic de facut decît sa dispara din imaginea lucrurilor. Prezenta lui e exercitata. El nu instituie un decor, ci un spatiu; iar daca figura proprietarului era fireasca în decorul traditional, pe care-l conota în modul cel mai limpede, semnatura **lui**e, dimpotriva, straina unui spatiu "functional".

OMUL CE ARANJEAZĂ LUCRURI

întrezarim noul tip de locatar ce se propune ca model. "Omul care aranjeaza" nu e nici proprietar, nici simplu utilizator, ci un agent informator activ al ambiantei. El dispune de spatiu ca de o structura de distribuire, iar prin controlarea spatiului detine toate posibilitatile de relatii

reciproce si, prin urmare, totalitatea rolurilor pe care le pot asuma obiectele. (E nevoie asadar ca si el sa fie "functional", omogen spatiului, daca vrea ca mesajele de aranjare sa poata pleca de la el.) Nu posedarea obiectelor sau bucuria de a le avea îl intereseaza, ci raspunderea pe care o are, în sensul posibilitatii permanente de a da "raspunsuri". întreaga lui practica e una de exterioritate. Locatarul modern nu "consuma" obiecte. ("Gustul" acestora nu mai are nici o importanta; în cele doua sensuri ale cuvîntului, el trimite la obiecte închise asupra lor, a caror forma contine, ca sa spunem asa, o substanta "comestibila" care le permite sa fie interiorizate.) El le stapîneste, le controleaza, le ordoneaza, regasindu-le în manipularea si în echilibrul tactic al sistemului.

In modelul acestui locatar "functional" apare o abstractie evidenta. Publicitatea vrea sa ne faca sa credem ca, de fapt, omul modern nu mai are *nevoie* de obiecte, si ca nu are altceva de facut decît sa practice cu ele niste operatiuni, ca un tehnician inteligent al comunicarii. Mediul înconjurator e însa un mod de existenta *trait;* facem prin urmare o abstractie însemnata daca îi aplicam modele de estimare numerica si de informatie luate din domeniul tehnicii pure. De altfel, acest joc obiectiv se dubleaza cu un lexic ambiguu: "dupa gustul dumneavoastra", "personalizare", "aceasta ambianta va fi a dumneavoastra" etc, ce pare a-l contrazice, dar care, de fapt, îi serveste ca alibi. Jocul obiectiv ce i se propune omului ce aranjeaza e mereu reluat în jocul dublu al publicitatii. Cu toate acestea, însasi logica

acestui joc pune în evidenta imaginea unei strategii generale a relatiilor umane, a unui proiect

uman, al unui *modus vivendf*** al erei tehnice - adevarata schimbare de civilizatie ale carei aspecte se pot descifra pîna si în viata cotidiana.

Obiectul: un figurant umil si receptiv, un fel de sclav psihologic si de confident - iata cum a fost el trait în viata cotidiana traditionala, si ilustrat de întreaga arta occidentala, pîna în zilele noastre. Acel obiect a fost reflexul unei ordini totale, legata de o conceptie bine definita despre decor si perspectiva, despre substanta si forma. In aceasta conceptie, forma e demarcarea absoluta între interior si exterior. E un continator fix, în vreme ce interiorul e o substanta. Pe lînga functia lor practica, obiectele - si în mod deosebit mobilele - au si o functie primordiala de vas, care tine de imaginar[8]. Receptivitatea lor psihologica se refera tocmai la ea. în acest fel, obiectele sînt imaginea unei întregi viziuni a lumii, în care fiecare fiinta e conceputa ca un "vas de interiori tate", iar relatiile - ca niste corelatii transcendente între substante -, casa însasi fiind echivalentul simbolic al trupului uman, a carui puternica schema organica se generalizeaza într-o schema ideala de integrale **a structurilor** sociale. Toate acestea alcatuiesc un mod total de viata, a carui ordine fundamentala e cea a Naturii, ca substanta originara din

care decurg valorile. în crearea sau fabricarea de obiecte, omul devine transsubstantiator al naturii, prin impunerea unei forme care e cultura: schema originara a creativitatii e filiatia substantelor din epoca în epoca, din forma în forma: creatie *ab utero****,* cu întreaga simbolica poetica si metaforica ce o însoteste[9]. Astfel, deoarece sensul si valoarea decurg din transmiterea ereditara a substantelor sub jurisdictia formei, lumea e traita ca si data (ca de pilda în inconstient sau în vîrsta copilariei), iar proiectul consta în dezvaluirea si perpetuarea ei. Iar acum forma circumscrie obiectul, o parcela din natura e inclusa în el, ca-n corpul omenesc: obiectul e fundamental antropomorfic. si astfel omul e legat de obiectele ambiante prin aceeasi intimitate viscerala (pastrînd porportiile) prin care e legat de organele propriului sau corp, în **vreme** ce "proprietatea" obiectului tinde mereu, **virtual,** la recuperarea acestei substante prin anexare orala si "asimilare".

Ceea ce putem întrevedea în zilele noastre, în interioarele modeme, e sfîrsitul ordinei Naturii; de asemenea, prin distrugerea formei si anihilarea limitei formale interior/exterior, ca si a întregii dialectici complexe a fiintei si a aparentei care era legata de ea, o noua calitate de relatie si de raspundere obiectiva. Proiectul trait al unei societati tehnice înseamna punerea sub semnul întrebarii a ideii însesi de Geneza, cu alte cuvinte omiterea începuturilor, a sensului dat si a "esentelor" pe care bunele mobile stravechi le simbolizau concret - o evaluare si o conceptualizare practica pe baza unei abstractii totale: ideea unei lumi care nu e data, ci produsa - stapînita, manipulata, inventariata si controlata: ***dobîhdita[10].***

Aceasta ordine moderna, specific diferita de ordinea traditionala de procreare, se refera si ea, cu toate acestea, la o ordine simbolica, fundamentala. Daca civilizatia anterioara, bazata pe ordinea naturala a substantelor, poate fi pusa în legatura cu structuri orale, în ordinea moderna a productiei, a calculului si a functionalitatii, apare o ordine falica, ce trebuie legata de o

încercare de depasire, de transformare a concretului, de înaltare spre structuri obiective, - dar si o ordine a fecalitatii, bazata pe abstractie, pe o chintesenta ce vizeaza sa puna în miscare o materie omogena; pe calcul si pe decuparea materiei, pe o întreaga agresivitate anala sublimata în joc, în discurs, în ordine, în clasificare, în distribuire.

Organizarea lucrurilor, chiar si atunci cînd se pretinde obiectiva în efortul tehnic, e întotdeauna, în acelasi timp, un registru puternic de proiectare si de implicare a subiectului. Cea mai buna dovada a acestui fapt e obsesia care, adesea, bîntuie în spatele proiectului de organizare, în cazul nostru în spatele vointei de aranjare; toate lucrurile trebuie sa comunice între ele, totul trebuie sa fie functional - nu mai exista nici un secret, nici un mister, totul poate fi

organizat, prin Urmare totul e limpede. Nu mai avem de-a face cu obsesia gospodariei traditionale: fiecare lucru are un loc, iar curatenia trebuie sa domneasca pretutindeni. Aceasta obsesie era morala, a noastra e functionala. Ea poate fi explicata daca o legam de functia de fecalitate, care presupune conduc-tibilitatea absoluta a organelor interne. în ea putem gasi o stiinta a caracterului civilizatiei tehnice: daca ipohondria e Obsesia circulatiei substantelor si a functionalitatii organelor primare, omul modem, adica cibernetician ul, ar putea fi calificat drept un ipohondru cerebral, obsedat de circulatia absoluta a mesajelor.

[1] Pot avea de altfel si gusturi, sau un anume stil, si de asemenea pot sa nu aiba nimic din toate acestea.

[2] Trebuie însa sa ne întrebam daca tocmai prin aceasta individul nu intra în relatie, prin obiecte, cu societatea globala. în legatura cu aceasta, v. *Modele si serii.*

[3] în acelasi fel, revolutia burgheza si industriala îl elibereaza pe individ de implicatiile religioase, morale si familiale: individul ajunge la o libertate de drept, ca om; dar si la o libertate de fapt, ca forta de munca: cu alte cuvinte la libertatea de a se vinde ca atare. în acest fapt nu avem de-a face cu o coincidenta, ci cu o corelatie adînca. Obiectul "functional" de serie, ca si individul social, sînt eliberate în obiectivarea lor ,, functionala" , si nu în singularitatea si totalitatea lor de obiect sau de persoana.

[4] Asadar la un nivel privilegiat. De altfel, apare o problema sociologica si sociala prin faptul ca un grup restrîns are libertatea concreta de a se exprima prin obiectele si mobilele ce-i apartin ca model în ochii unei întregi societati. Vom discuta aceasta problema în *Modele si serii.*

[5] O revista consacrata mobilelor de serie e de neconceput: pentru serii avem doar cataloage.

* *Standing* (engl.): situatie, pozitie, nivel de viata, rang, prestigiu social. Prin exces de utilizare, îndeosebi în publicitate, cuvîntul evoca mai degraba un bun confort obisnuit decît prestigiul sau luxul.

[6] Uneori oglinda îsi face reaparitia, dar la modul cultural baroc, ca obiect secund. E cazul oglinzii romantice, al oglinzii vechi, al celei convexe. Functia ei nu mai e aceeasi; o vom analiza în continuare, în cadrul obiectelor vechi.

** *Stimmung* (germ.): stare de spirit, dispozitie sufleteasca.

[7] Barthes descrie aceasta noua faza în analiza automobilului: "Uniformitatea modelelor pare a comanda însasi ideea performantei tehnice: conducerea normala devine astfel un cîmp de posibilitati în care pot fi investite fantasme de putere si de inventie. Masina îsi transmite puterea de a crea fantasme unui anumit corp de practici. Cum obiectul însusi nu mai poate fi creat, vom crea

conducerea... Visul omului nu mai e solicitat de formele si functiile masinii, ci de manevrarea ei; în curînd va trebui, poate, sa scriem nu o mitologie a automobilului, ci una a conducerii" *(Rialith,* nr. 213, oct. 1963).

*** *Modus vivendi* (lat.): mod de a trai, fel de viata.

20

[8] Legea dimensiunii pare totusi a-si spune cuvîntul în organizarea simbolica: dincolo de o anumita marime, orice obiect, chiar si cel cu destinatie falica (automobil, racheta), devine receptacol, vas, uter; dincoace de o anumita marime e penian (chiar daca e vorba de un vas sau de un bibelou).

Ab utero (lat): din pîntecul matern. Prin extensie: de la începuturi, de la origini.

[9] Productia intelectuala si artistica, sub aspectul ei traditional de înzestrare, inspiratie, geniu a fost întotdeauna doar echivalentul acesteia.

T Acest model de practica nu apare de altfel în mod clar decît la un înalt nivel tehnologic, sau la nivelul unor obiecte cotidiene foarte evoluate: magnetofoane, automobile, aparate menajere în care raportul de stapînire si de distribuire e indicat de cadrane, tablouri de bord, butoane de comanda etc. în general însa, viata cotidiana actuala e înca larg determinata de o practica traditionala.

21

n. STRUCTURILE DE AMBIANȚA

Aranjarea, care rezuma aspectul de organizare a mediului cotidian, nu epuizeaza, cu toate acestea, sistemul interiorului modem, care se bazeaza pe o opozitie: cea dintre*aranjare* si *ambianta.* Imperativului tehnic al aranjarii i se adauga, în discursul publicitar, imperativul cultural al ambiantei. Ambele structureaza o practica unica si sînt doua aspecte ale aceluiasi sistem *functional.* si în unul si în celalalt se manifesta valori de joc si de calcul: calculul functiilor în ce priveste aranjarea, calculul culorilor, al materialelor, al formelor si al spatiului în ce priveste ambianta.[1]

VALORILE DE AMBIANȚĂ: CULOAREA

Culoarea traditionala

în mod traditional, culoarea e încarcata cu aluzii psihologice si morale. Ne place o anume culoaie, fiecare are culoarea lui. De asemenea, culoarea poate fi impusa: de evenimente, ceremonii, rolul social. Poate fi, de asemenea, apanajul unei materii: lemn, piele, pînza, hîrtie. Dar, îndeosebi, ea e definita de propria-i forma: nu cauta alte culori, nu e o valoare libera. Traditia supune culoarea semnificatiei interioare si demarcarii prin linii. Chiar si în ceremonialul mai liber al modei, culoarea îsi câstiga sensul

în afara ei însesi: e metafora unor semnificatii culturale indexate. La nivelul cel mai modest, simbolica culorilor se pierde în psihologie: rosul e semnul pasiunii agresive, albastrul semnul seninatatii, galbenul al optimismului etc; limbajul culorilor se întîlneste astfel cu cel al florilor, al viselor si al semnelor zodiacului.

Acest stadiu traditional e stadiul culorii negata ca atare si refuzata ca valoare plenara. Interiorul burghez o reduce de altfel cel mai adesea la discretia "tonalitatilor" si a "nuantelor". Gri, mov, rosu închis, bej, toate aceste nuante sînt atribuite catifelei, cearsafurilor, matasurilor, întregii game de stofe, perdele, covoare, tapiterii, si de asemenea substantelor grele si formelor "de stil": în toate avem de-a face cu un refuz moral al culorii, precum si al spatiului. Dar îndeosebi al culorii: prea spectaculoasa, ea constituie o amenintare pentru interior. Lumea culorilor se opune lumii valorilor, iar lucrurile "sic" sînt cele în care aparentele se estompeaza în folosul fiintei[2]: negru, alb, gri, gradul zero al culorii - în ele ne e data paradigma demnitatii, a refularii si de asemenea a standingului moral.

Culoarea„naturala"

Puternic culpabilizata, culoarea nu-si va sarbatori eliberarea decît foarte tîrziu: automobilelor si masinilor de scris le va trebui generatii întregi pentru a nu mai fi negre, iar frigiderelor si chiuvetelor înca si mai mult

pentru a nu mai fi albe. Culoarea va fi eliberata prin pictura, dar va trebui multa vreme pentru ca acest lucru sa se manifeste în viata cotidiana: fotolii rosu aprins, divanuri albastre ca cerul, mese negre, bucatarii policrome, camere de zi în doua sau trei tonuri, pereti în culori contrastante, fatade albastre si roz, ca sa nu mai vorbim de lenjeria de corp mov si neagra: eliberare legata în mod evident de distrugerea unei ordini globale. De altfel, ea e contemporana cu eliberarea obiectului functional (aparitia materiilor de sinteza: polimorfe, si a obiectelor netraditionale: polifunctionale). Dar lucrurile nu se desfasoara fara probleme: deoarece culoarea se afiseaza ca atare, e repede perceputa ca fiind agresiva: modelele o resping si revin bucuros la inferioritatea unor nuante discrete, atît în îmbracaminte cît si la stofele ce îmbraca mobilierul. Exista un fel de obscenitate a culorii, pe care modernitatea pare a o privi ca pe o pura functionalitate, dupa ce a exaltat-o, asa cum a facut cu distrugerea formelor. Nicaieri munca nu trebuie sa se lase vazuta, asa cum nici instinctul nu trebuie sa izbucneasca: unitatea contrastelor si reîntoarcerea culorilor la conditia lor "naturala", în contrast cu "afectarea" lor violenta, reflecta tocmai acest compromis la nivelul modelelor. La nivelul seriei, dimpotriva, culoarea vie e traita întotdeauna ca semn al emanciparii; de fapt, ea compenseaza adesea lipsa calitatilor fundamentale (în mod special lipsa de spatiu). Discriminarea e neta: legate de domeniul primar, de

obiectele functionale si de materiile de sinteza, culorile vii, "vulgare" vor predomina în interioarele de serie. Vor participa, astfel, de la aceeasi ambiguitate ca si obiectul functional: dupa ce si-au reprezentat ceva ca pe o eliberare, si una si celalalt devin semne - curse în care poti cadea, alibiuri în care sîntem invitati sa vedem o libertate pe care nu ne e dat sa o traim.

De altfel - si aici e paradoxul - aceste culori cinstite, "naturale", nu sînt cîtusi de putin astfel; ele nu fac decît sa ne aminteasca faptul ca starea naturala e de acum imposibila - de unde agresivitatea si naivitatea lor, si de asemenea, foarte repede, fuga lor într-o ordine care, desi nu e ordinea morala traditionala a refuzului culorii, nu e mai putin o ordine puritana de compromis cu natura: *ordinea pastelului.* Domnia pastelului. Haine, masini, sali de baie, aparate electro-menajere, materiale plastice: nicaieri, la drept vorbind, nu domneste culoarea "cinstita", asa cum s-a eliberat ca o foita vie în pictura, ci culoarea pastelizata, care pretinde ca e culoare vie, dar care nu e decît semnul moralizat al acesteia.

Cu toate acestea, cele doua compromisuri: fuga în alb si negru, ca si fuga în pastel, nu exprima în acelasi sistem respingerea culorii pure ca expresie directa a pulsiunilor, chiar daca o fac deopotriva. Primul compromis se sistematizeaza într-o paradigma alb/negm de ordin net moral si antinatural. al doilea - într-un registru mai larg, ce se întemeiaza*nu pe antinatura, ci pe naturalitate.* In acelasi timp, cele doua sisteme nu mai au aceeasi functie. Negrul (griul) mai are si în zilele noastre valoare de distinctie, de cultura, opunîndu-se întregii game a culorilor vulgare[3]. Cît

priveste albul, el domina înca evident în sectorul "organic". Baia, bucataria, cearsafurile, lenjeria, tot ce e prelungire imediata a corpului uman e promis albului, de multe generatii: culoare chirurgicala, virginala, care îndeparteaza trupul de intimitatea primejdioasa cu el însusi, si care estompeaza pulsiunile. Tot în acest sector exigent al curateniei si al lucrarilor primare au luat un mare avînt si s-au impus materialele sintetice, metalul usor, formica, nailonul, plastifexul, aluminiul etc. Desigur, usurinta si eficacitatea practica a acestora conteaza mult. Dar aceasta comoditate face mai mult decît sa usureze munca: ea depreciaza ca valoare întregul sector primar. Formele simplificate, fluide ale frigiderelor sau ale altor aparate casnice, materialul usor din care sînt confectionate (plastic sau artificial) se aseamana albului ca unui grad nemarcat al prezentei acestor obiecte, ce pune în evidenta profunda omisiune, în constiinta noastra, a raspunderii ce se leaga de ele si a functiilor niciodata nevinovate ale trupului. Putin cîte putin, culoarea apare si aici, dar rezistentele sînt puternice. în orice caz, în fata bucatariilor albastre sau galbene, ori a bailor roz (sau chiar negre: negrul "snob" e o reactie la albul "moral"), ne putem întreba la ce natura trircit aceste culori. Chiar daca nu trec în pastel, ele

conoteaza o natura ce-si are propria-i istorie: a timpului liber si a vacantelor.

Nu natura "adevarata" transfigureaza ambianta cotidiana, ci vacanta, acest simulacru al naturii, revers al vietii cotidiene ce nu se hraneste din natura, ci cu *ideea de natura;* vacanta e modelul ce-si trimite culorile în domeniul cotidianului primar. De altfel, tocmai în surogatul de mediu înconjurator natural care e vacanta (caravana, cortul, accesorile), trait ca model si cîmp al libertatii, s-a afirmat initial tendinta spre culori vii, spre plasticitate, spre practica efemera a aparentelor etc. Am început prin a ne muta casa în natura si am sfîrsit prin a ne implanta acasa valori de timp liber si ideea de natura. Avem de-a face cu un fel de fuga a obiectelor îri timpul liber: libertatea si lipsa de raspundere se înscriu în acelasi timp în culoarea si în caracterul tranzitiv si insignifiant al materiei si al formelor.

Culoarea "functionala"

Dupa scurte episoade de eliberare violenta (îndeosebi în arta, dar în domeniul cotidian destul de timid, cu exceptia sectorului comercial, în care prostitutia culorii e un mobil profund), culoarea eliberata e reluata, de îndata, într-un sistem *în care natura nu mai conteaza decît ca naturalitate,* ca o conotatie a naturii, în spatele careia valorile instinctuale continua sa fie subtil depreciate. si totusi, însasi abstractia culorilor "libere" face ca ele sa fie în sfîrsit libere pentru joc: în zilele noastre, la nivelul

modelelor, culoarea se orienteza tocmai spre acest stadiu - stadiul culorii ca valoare de ambianta. Avem de-a face deja cu prefigurarea unui astfel de joc de "ambianta" în culorile timpului liber, dar ele se refera înca prea mult la un sistem trait (vacanta, viata cotidiana primara), sufera înca de constrîngeri exte-

rioare. în sistemul ambiantei, dimpotriva, culorile nu mai asculta decît de propriul lor joc, se elibereaza de orice constrîgere si de orice morala, ca si de orice natura, si nu mai raspund decît unui imperativ: calculul de ambianta.

La drept vorbind, nu mai avem de-a face cu culori, ci cu valori mai abstracte: tonuri, tonalitati. Combinarea, asortarea si contrastul tonalitatilor constituie adevarata problema a ambiantei în materie de culoare. Albastrul se poate asocia cu verdele (toate culorile se pot combina), însa anumite nuante de albastru numai cu anumite nuante de verde, si atunci avem de-a face nu cu o probelma de albastru sau de verde, ci *de cald sau de rece.* Simultan, culoarea nu mai e un mijloc de a sublinia obiectele si de a le izola în decor: culorile sînt plaje opuse, tot mai putin valorificate în calitatea lor sensibila, adesea disociata de propria lor forma; o camera de locuit va fi "ritmata" de diferentele lor de ton. Tot asa cum mobilele din bucati îsi pierd functia specifica, definindu-se, la limita, doar prin pozitia lor în miscare, culorile îsi pierd valoarea unica si

devin relative unele fata de altele, si de asemenea fata de ansamblu: lucru pe care îl întelegem cînd spunem ca sînt "functionale".

- "Structura scaunelor a fost colorata în aceeasi tonalitate cu peretii, în vreme ce tonalitatea zugravelii poate fi regasita în tapiserii. Acord între tonurile reci, alb impur si albastru; cîteva accente aduc însa un contrapunct cald; cadrul aurit al oglinzii Ludovic al XVI-lea, lemnul sclipitor al mesei, parchetul si covorul subliniate în rosu aprins... Rosul stabileste un fel de curent ascendent: rosul covorului, cel al scaunului, apoi cel al pernei, curent ce se opune curentului descendent al albastrului: tapiserii, canapele, fotolii" (Betty Pepys, *Le Guide pratique de la decoration,* p. 163).

- "Fond neutru alb mat taiat de mari suprafete albe pe tavan. Acest alb si acest albastru se regasesc în lantul decorativ: masa de marmora alba, perete-ecran... Un accent cald: usile de culoare rosu aprins ale mobilei joase de aranjare. Ne aflam de fapt în fata unui volum tratat în culori nete, lipsit de tonuri blînde sau de nuante (întreaga caldura a fugit în tabloul din stînga), dar echilibrat gratie unor largi zone albe" (p. 179) etc. "Mica gradina tropicala interioara e ritmata, si în acelasi timp protejata de o dala de sticla acoperita cu smalt negru". (Sa retinem ca albul si negrul nu mai au nimic din valoarea lor traditionala; ambele culori ies din opozitia alb/negru si primesc valoare tactica în gama întinsa a tuturor culorilor.) Daca, în continuare, sîntem deschisi la acest sfat: "Alegeti cutare sau cutare culoare dupa cum peretele casei dumneavoastra e mare sau mic, deschis de mai multe usi sau de mai putine; dupa cum mobila dumneavoastra e veche sau moderna, facuta din lemn venit din Europa sau exotic; sau pentru alte motive precise..." (p. 191), reiese cu limpezime ca acest al treilea stadiu e stadiul obiectivitatii culorii: vorbind strict, aceasta nu mai e decît un fapt mai mult sau mai putin complex, printre multe altele, un element al unei rezolvari. înca o data, ea e "functionala" tocmai din acest motiv: e redusa la un concept abstract într-un calcul.

25

Caldul si recele

"Ambianta" se bazeaza, în materie de culori, pe echilibrul calculat dintre tonurile calde si reci. Aceasta e o opozitie semnificativa fundamentala, împreuna cu altele (elemente/scaune, aranjare/ambianta), ea contribuie la asigurarea unei mari coerente în sistemul discursiv al mobilarii, si la promovarea lui ca o categorie directoare a sistemului global al obiectelor. (Vom vedea ca aceasta coerenta nu e, poate, decît una a discursului de suprafata, sub care un discurs latent îsi defasoara fara încetare contradictiile.) Ca sa revenim la caldura tonurilor calde, nu e vorba de o caldura a încrederii, a intimitatii, a afectiunii, de o caldura organica ce emana din culori si substante. Aceasta din urma avea propria ei densitate, si nu avea

nevoie de tonuri reci pentru a li se opune în mod semnificativ. Astazi însa ne trebuie tonuri calde *si* tonuri reci, pentru a face sa apara în fiecare ansamblu interferenta cu structura si cu forma. Cînd citim: "Caldura materialelor confera intimitate acestui birou bine organizat" , sau: "Usi de palisandru din Brazilia, dat cu un ulei mat, taiate de clante din metal cromat... Scaune acoperite cu skai dexuloarea tutunului, care le asorteaza foarte bine cu acest ansamblu sever si cald", vedem cum caldurii i se opune, pretutindeni, un fel de rigoare, de organizare, de structura, fiecare "valoare" aparînd din contrastul a doi termeni. Caldura "functionala" nu mai e degajata de o substanta calda, nici de vecinatatea armonioasa a anumitor obiecte: ea va lua nastere din alternanta sistematica si din sincronia abstracta a vesnicului "cald - si - rece", în care "caldul" e lasat pe mai tîrziu, fara sfîrsit. E o caldura *semnificata,* care tocmai din acest motiv nu se realizeaza niciodata. Ceea ce o caracterizeaza e lipsa oricarei surse de caldura.

VALORILE DE AMBIANȚĂ: MATERIALUL

Lemn natural, lemn cultural

Aceasta analiza se potriveste si materialelor. Lemnul de exemplu, atît de cautat în zilele noastre, dintr-o nostalgie afectiva, caci îsi ia substanta din pamînt, respira, "lucreaza". Are caldura lui latenta, si face mai mult decît sa reflecteze, precum sticla: arde pe dinauntru; pastreaza timpul în fibrele lui si e continatorul ideal, deoarece, într-un fel, orice continut e ceva pe care vrem sa-l sustragem timpului. Lemnul are propriu-i miros; îm-batrîneste, ba are chiar si paraziti proprii etc. Pe scurt, acest material e o fiinta. Iata imaginea "marelui stejar" ce vietuieste în fiecare dintre noi, evocînd generatii succesive, mobile masive si case de familie. "Caldura" lemnului (si de asemenea cea a pietrei taiate, a pielii naturale, a pînzei neprelucrate, a aramei batuta cu ciocanul etc. - toate fiind elemente ale unui vis material si matern, ce alimenteaza în zilele noastre o nostalgie a luxului) îsi mai pastreaza însa sensul?

în prezent, practic toate materiile organice sau naturale si-au gasit un echivalent functional în substante plastice si polimorfe[4]: lîna, bumbacul, matasea sau inul si-au gasit înlocuitorul universal în nailon sau în nenumaratele lui variante. Lemnul, piatra si metalul cedeaza locul betonului, formicii si polistirenului. Problema nu e de a renega aceasta evolutie si de a ne lasa în voia unei visari ce idealizeaza substanta calduroasa si patrunsa de umanitate a obiectelor de altadata. Opozitia substante naturale / substante de sinteza, ca si opozitia culoare traditionala / culoare vie, e doar o opozitie morala. în mod obiectiv, substantele sînt ceea ce sînt: nu exista unele adevarate si altele false, unele naturale si altele artificiale. De ce betonul ar fi mai putin "autentic" decît piatra? Vechi materii sintetice, precum liîrtia, sînt percepute ca fiind absolut naturale, iar sticla e una dintre materiile cele mai bogate ce exista. La drept

vorbind, nu exista noblete ereditara a materiei decît pentru o ideologie culturala analoaga celei a mitului aristocratic în ordinea umana, **iar** aceasta prejudecata culturala dispare si ea cu timpul.

Important e sa vedem, în afara prespectivelor imense pe care aceste noi materii le-au deschis practicii, prin ce au modificat ele "sensul" materialelor.

Tot asa cum trecerea la tonalitati (calde, reci sau intermediare) semnifica, în domeniul culorilor, o îndepartare de statutul moral si simbolic si o abstractizare care face posibila sistematica si jocul, fabricarea materialelor de sinteza semnifica, în domeniul materiei, despartirea de simbolismul natural si trecerea la polimorfism - grad de abstractie superioara, în care devine posibil jocul asocierii universalee a materiilor -, prin urmare depasirea opozitiei formale materii naturale / materii artificiale: nu mai exista diferenta "de natura" între peretele izolator de sticla sau lemn, între betonul brut si pielea neprelucrata: fie ca reprezinta valori "calde" sau valori "reci", toate sînt, cu egala îndreptatire, materiale-elemente. Aceste materiale, în ele însele disparate, sînt omogene ca semne culturale si pot fi instituite într-un sistem coerent. însasi abstractia lor ne permite sa le combinam dupa voia inimii[5].

Logica ambiantei

Culori, substante, volume, spatiu, un întreg "discurs al ambiantei", ce afecteaza în acelasi timp toate elementele ei, printr-o mare remaniere sistematica: deoarece mobilele au devenit elemente mobile într-un spatiu descentralizat, avînd de acum încolo o structura mai usor de asamblat si de furniruit, avem nevoie de un lemn mai "abstract": tec, acaju, palisandru sau lemn scandinav. [6]si iata ca acest lemn si-a pierdut culoarea traditionala, ce apare în variante de tot felul: mai închise, mai deschise, adesea lacuite sau intentionat "brute", nu are nici o importanta: asemenea materialului culoarea e abstracta, facînd obiectul unei manipulari mentale, ca si întreg restul. Astfel, întregul mediu înconjurator modern devine, în bloc, un

sistem de semne: ambianta, care nu e rezultatul unei tratari deosebite a unui element. si nici al frumusetii sau urîteniei acestuia. Asa ceva era valabil într-un sistem incoerent si subiectiv al gesturilor si culorilor, "despre care nu se discuta". în sistemul coerent actual, reusita unui ansamblu se afla la nivelul constrîngerilor de abstractie si de asociere. Fie ca ne place sau nu lemnul de tec, trebuie sa admitem ca exista o coerenta între acest lemn si organizarea elementelor, între nuanta tecului si suprafata plana, prin urmare între lemn si un anumit "ritm" al spatiului etc, si ca toate acestea constituie legea sistemului. Pîna si obiectele vecin sau mobilierul rustic facut exclusiv din lemn, ba chiar si bibeloul pretios sau artizanal intra în joc, confirmînd

posibilitatile nelimitate ale integrarii abstracte. Proliferarea lor actuala nu e în contradictie cu sistemul[7]: ele patrund în el întocmai ca si materiile si culorile cele mai "moderne" - ca elemente de ambianta. Doar judecata traditionala, facuta pe fond de naivitate, poate socoti incoerenta întîlnirea dintre un cub futurist din metal brut si lemnul usor putrezit al unei statui din secolul al XVI-lea, pe un cufar din tec dat cu furnir. *Atîta doar ca nu mai avem de-a face cu coerenta naturala a unei unitati a gustului, ci cu coerenta unui sistem cultural de semne.* Chiar si o piesa "provensala" sau un salon Ludovic al XVI-lea autentic confirma zadarnica nostalgie de a scapa din sistemul cultural contemporan: si una si celalalt se gasesc tot atît de departe de "stilul" pe care si-l revendica ca si orice masa de formica sau orice scaun din skai si fier forjat. Bîrna ce sustine tavanul e la fel de abstracta ca si tubul cromat sau peretele de sticla Emauglas. Ceea ce nostalgicul ia drept totalitatea autentica a obiectului nu e decît o varianta combinatorie, fapt semnalat de limbaj prin termenii de "ansamblu" rustic sau "stil". Termenul de "ansamblu", corelat cu cel de "ambianta", reintroduce orice element posibil în logica sistemului, oricare ar fi subiectivitatea investita. Faptul ca acest sistem e afectat totodata de conotatii ideologice si de motivatii latente e sigur, si la aceasta vom reveni. Dar si faptul ca logica lui - care e una a combinatoriei semnelor - e ireversibila si nelimitata e de netagaduit. Nici un obiect nu i se poate sustrage, tot asa cum nici un produs nu poate scapa de logica formala a marfii.

Un material model: sticla

Exista un material care rezuma conceptul de ambianta, si în care avem un fel de functie moderna universala a mediului înconjurator: sticla. Publicitatea spune ca e "materialul viitorului", care va fi, dupa cum stim cu totii, "transparent": sticla e asadar materialul si idealul ce trebuie atins laolalta, scopul si mijlocul. Aceasta din punct de vedere metafizic. Din punct de vedere psihologic, în folosirea practica si imaginara în acelasi timp, e recipientul modern ideal: "nu primeste nici un gust", nu evolueaza în timp în functie de continut (precum lemnul sau metalul) si nu-si ascunde continutul. înlatura orice confuzie si nu e conducatoare de caldura. La drept

vorbind, nu e un recipient ci un izolant - miracolul unui fluid fix, prin urmare al unui continut continator, întemeind astfel transparenta amîn-durora: depasire, care, dupa cum am vazut, e primul imperativ al ambiantei. De altminteri avem de-a face, în cazul sticlei, cu simbolica unei stari secunde si cu cea a unui grad zero al materialului. Simbolica a congelarii, deci a abstractizarii. Abstractizare ce ne introduce în cea a lumii interioare (sfera de cristal a nebuniei), în cea a viitorului (globul de cristal al prezicerii) si în cea a naturii (gratie microscopului si telescopului, ochiul are acces la lumi diferite). Indestructibila, nesupusa putrezirii, incolora, inodora etc, sticla e un fel de grad zero

al materiei: fata de materie, ea e ceea ce e vidul fata de aer. Am vazut deja aceasta valoare de joc si de calcul, legate de abstractizare, în sistemul ambiantei. Sticla materializeaza însa în cel mai înalt grad ambiguitatea fundamentala a "ambiantei": faptul de a fi, în acelasi timp, apropiere si distanta, intimitate si refuz al intimitatii, comunicare si non-comunicare. Ambalaj, fereastra sau perete despartitor, sticla întemeiaza o transparenta lipsita de tranzitie: vedem prin ea, dar nu putem atinge nimic. Comunicarea e universala si abstracta. Rezumînd strategia publicitatii, o vitrina e, în acelasi timp, feerie si frustrare. Transparenta produselor comestibile dintr-un bocal produce o satisfactie formala si o complicitate vizuala, dar e de fapt relatie de excludere. Asemenea ambiantei, sticla nu lasa sa se întrevada decît semnul continutului si, prin transparenta ei, se interpune tot asa cum sistemul ambiantei patrunde în materialitatea lucrurilor si a nevoilor prin coerenta lui abstracta. Nemaivorbind de virtutea ei esentiala, care e morala: puritatea, loialitatea, obiectivitatea si imensa ei conotatie igienica si profilactica o fac cu adevarat materialul viitorului: un viitor în care trupul si functiile primare si organice sînt renegate, în folosul unei obiectivitati radioase functionale, si a carei versiune morala, pentru corpul uman, e igiena.

- "A trai într-o gradina în intimitate cu natura, a gusta în totalitate farmecul fiecarei anotimp fara a renunta la confortul unui interior modem - aceasta noua versiune a paradisului terestru e privilegiul caselor cu pereti de sticla".

- "Caramizile si bucatile de sticla montate în beton permit construirea peretilor exteriori sau despartitori, a boitelor, a tavanelor translucide, care sînt la fel de rezistente ca si cele din piatra. Acesti "transpereti" se lasa traversati de lumina, care circula astfel liber prin toata casa. Totodata însa, amesteca imaginile, protejînd intimitatea fiecarei încaperi".

E limpede ca simbolica eterna a "casei de sticla" e mereu prezenta, dar îsi pierde din caracterul ei sublim în epoca moderna. *Prestigiul transcendentei si-a cedat locul celui al ambiantei* (ca si în cazul oglinzii). Sticla ofera posibilitati de comunicare accelerata între interior si exterior, însa instituie simultan o ruptura invizibila si materiala, care nu îngaduie ca aceasta comunicare sa devina o deschidere reala asupra lumii. La drept vorbind, "casele de sticla" moderne nu se deschid asupra exteriorului:

29

dimpotriva, lumea exterioara, natura si peisajul transpar în intimitatea fiecaruia dintre noi si în domeniul privat, ca într-un "joc liber" al elementelor de ambianta, gratie sticlei si abstractiei ei. întreaga lume e reintegrata în universul domestic ca un spectacol.[8]

OMUL DE RELAȚIE sI DE AMBIANȚĂ

Analiza culorilor si a materialelor ne duce deja la cîteva concluzii. Alternanta sistematica dintre cald si rece

defineste de fapt însusi conceptul de "ambianta", care e, *în acelasi timp, caldura si distanta.*

Interiorul ,,de ambianta" e conceput astfel încît între fiinte sa joace aceeasi alternanta calduraVnon-caldura, intimitate/distanta ca si între obiectele ce-l compun. Prieten sau ruda, familie sau client, totul apare într-o relatie definita, care însa trebuie sa ramîna mobila si "functionala": cu alte cuvinte ea e posibila în orice moment, dar subiectivitatea trebuie sa dispara din ea: diferitele tipuri de relatie vor putea sa faca obiectul unui schimb liber. Iata în ce consta relatia functionala, din" care dorinta e teoretic absenta: e eliminata în folosul ambiantei[9]. Iar ambiguitatea începe tocmai aici[10].

Scaunele

Aceasta ambiguitate e confirmata de obiectele care semnifica cel mai bine relatia de ambianta: scaunele, pe care, în sistemul mobilierului contemporan, le vedem altemînd constant cu elementele. în opozitia lor, cei doi termeni concretizeaza opozitia oelor doua concepte majore de aranjare si de ambianta, fara a constitui însa suportul exclusiv al acestora.

Cea mai putin importanta functie a nenumaratelor scaune ce umplu revistele de mobilier si de decoratie interioara e, desigur, faptul ca permit oamenilor sa se aseze. Sa se aseze ca sa se odihneasca, sau sa se aseze la o masa ca sa manînce. Scaunul nu se învîrteste în jurul mesei. în zilele noastre însa, scaunul pe care sedem dobîndeste un sens propriu, caruia i se subordoneaza masutele joase. Iar acest sens nu mai e acela al posturii corporale, ci al pozitiei reciproce a interlocutorilor. Dispunerea generala a scaunelor si schimbul subtil de pozitii în cursul unei seri, de exemplu, constituie ele însele un discurs. Scaunele moderne, de la taburete la canapele si de la banchete la fotoliile de relaxare, pun accentul, toate, pe sociabilitate si vorbire reciproca: departe de a desemna pozitia asezat în ceea ce ea ar putea avea specific în confruntare, ele favorizeaza un fel de pozitie universala a fiintei sociale moderne. Paturile nu mai sînt ca sa ne culcam în ele si scaunele ca sa ne asezam pe ele[11]: nu mai exista decît scaune "functionale", care fac din toate pozitiile (si prin urmare din toate relatiile umane) o sinteza libera. Orice moralism e alungat de aici: nu ne mai aflam în fata nimanui. Imposibil sa ne mîniem, sa ducem o dezbatere sau sa încercam sa convingem pe cineva. Scaunele dau prilejul unei so-

cialitati flexibile, lipsita de exigente, deschisa spre joc. Din adîncul lor nu mai trebuie sa facem fata privirii altuia, si nici sa ne-o fixam pe a noastra asupra cuiva: ele sînt facute în asa fel încît justificarea privirilor consta doar în faptul ca se pot plimba asupra persoanelor din **jur,** unghiul si adîncimea scaunului aducând privirile "în mod natural" la

semi-înaltime, la o altitudine difuza la care se întîlnesc cu cuvintele. Aceste scaune raspund, poate, unei preocupari fundamentale: oamenii nu trebuie sa fie singuri, dar nici sa se înfrunte unul pe celalalt. E vorba de o decontractare a trupului, si îndeosebi de o eliberare a privirii, dimensiune primejdioasa. Societatea moderna, în-departîndu-se de promiscuitatea functiilor primare, pune în lumina promiscuitatea functiilor secundare si a privirilor, ca si dimensiunea lor tragica. De aceea, dupa ce exigentele primare sînt mascate, facem tot posibilul pentru a-f lua socialitatii tot ce poate avea abrupt, contradictoriu si, în fond, obscen: jocul direct al agresivitatii si al doiintei din privire.

Binomul elemente/scaune ne ofera deci un sistem complet: prin elemente, omul modem tine un discurs de organizare, în vreme ce, din fundul fotoliilor, îsi urmeaza discursul relational[12]. si astfel "omul care aranjeaza" e dublat întotdeauna de ,,omul de relatie si de ambianta", ansamblul lor constituind "omul functional".

Culturalitate si cenzura

Nu doar pentru scaune sau fotolii, ci si pentru toate obiectele, culturali-tatea e în vigoare, asemenea calculului. Pe vremuri, mobilele îsi marturiseau functia. Functia casei, materna si fundamentala, se poate descifra fara ezitare în mese si bufete, grele, pîntecoase, într-o abundenta suprasem-nificatie. Daca functia acestora era tabu, ele se

eclipsau la modul absolut, precum patul în alcov. Chiar si patul din mijlocul camerei afiseaza conju-galitatea burgheza (desigur, nu sexualitatea). Acum însa nu mai avem paturi: patul a devenit fotoliu, divan, canapea, bancheta sau sfîrseste chiar prin a dispare în peretele despartitor, nu din cauza vreunei interdictii morale, ci prin abstractie logica . Masa devine joasa, se descentreaza si nu mai are greutate. întreaga bucatarie îsi pierde functia culinara devenind laborator functional. în acest lucru e un progres, deoarece mediul înconjurator traditional, cu onestitatea^lui, era totodata lumea obsesiei morale si a dificultatii materiale de a trai. în interioarele moderne sîntem mai liberi. Acest lucru e însa însotit de un formalism mai subtil si de o noua morala: a tranzitiei obligatorii de la mîncat, dormit si procreat la fumat, baut, privit, vorbit si citit. Functiile viscerale se sterg în folosul celor culturale. Bufetul adapostea lenjerie, vesela, mîncare, în vreme ce elementele functionale se refera la caiti, la bibelouri, la bai-, la vid. Termenul de "rafinat", care împreuna cu cel de "functional" e unul dintre termenii-soc ai decoratiei dirijate, rezuma foarte clar aceasta constrîngere culturala. Scaunele au renuntat de a mai fi simboluri ale familiei, devenind indici ai relatiei sociale.

31

Nu mai constituie decorai solemn al afectiunii, ci decorul, la fel de ritual, al primirii. Daca descifram de aproape sensul mobilelor si obiectelor contemporane, ne vom da

seama ca ele converseaza cu tot atîta talent ca si invitatii la cina, ca se amesteca si se despart cu aceeasi libertate - si ca, pentru a trai, nu e nevoie sa muncim.

Desigur, cultura a avut întotdeauna un rol ideologic de calmare: ea sublimeaza tensiunile legate de functii si se îngrijeste de a face posibila recunoasterea fiintei printr-o forma, dincolo de materialitatea si de conflictele lumii reale. Aceasta forma, ce poarta marturia unei finalitati, fata de toate lucrurile si de asemenea împotriva lor, asigurînd totodata reamintirea vie a învelirii fundamentale, e fara îndoiala si mai necesara într-o civilizatie tehnica. Atîta ca, asemenea realitatii pe care în acelasi timp o reflecteaza si o neaga, forma se sistematizeaza: tehnicitatii sistematice îi raspunde cultu-ralitatea sistematica. *Noi numim ambianta tocmai aceasta culturalitate sistematica la nivelul obiectelor.*

VALORILE DE AMBIANȚĂrGESTICA sI FORMELE

Cînd abordam, în analiza valorilor de ambianta, studiul formelor "functionale" (sau "profilate" în mod indiferent, "dinamice" etc), vedem ca "stilizarea" lor e de nedespartit de cea a gesticii umane care se raporteaza la ele. Stilizarea în cauza semnifica întotdeauna o elidare a energiei musculare si a muncii depuse. Elidare a functiilor primare în folosul functiilor secundare de relatie si de calcul, elidarea pulsurilor în folosul culturalitatii: toate aceste procese an la nivelul obiectelor, ca mediere practica si istorica, elidarea fundamentala a gestului facut cu efort si trecere *de la o gestica universala a muncii la o gestica universala a controlului.* Iata cum se sfîrseste definitiv statutul milenar al obiectelor, statutul lor antropo-morfic: în abstractia surselor de energie.

Gestica traditionala: efortul

Atîta timp cît energia investita ramîne musculara, cu alte cuvinte imediata si contigentata, instrumentul de lucru e împotmolit în relatia umana, bogata din punct de vedere simbolic însa prea putin coerenta din punct de vedere **structural,** chiar daca e formalizata într-o anumita gestica. Folosirea energiei animale nu aduce o schimbare calitativa: pentru numeroase civilizatii, energia umana si cea animala sînt echivalente. Aceasta stabilitate a energiei antreneaza stagnarea utilajelor. De-a lungul secolelor, statutul instrumentelor de lucru sau al obiectelor manuale nu s-a schimbat deloc. Or, aceasta relatie profunda, gestuala, între om si obiecte, ce rezuma integrarea omului în lume si în structurile sociale, poate fi plenara, ca atunci cînd o sesizam în frumusetea lor reciproca, "stilul" lor. Avem însa de-a face cu o relatie de constrîngere care, paralel cu cea a structurilor sociale, tine pe loc

adevarata productivitate. Complex de gesturi si de forte, de simboluri si de functii ilustrate si stilizate de energia

omului: admiram si acum secerile, cosurile de rachita, ulcioarele si plugurile ce iau forma corpului uman, a efortului sau a materiei pe care au transformat-o, însa splendoarea acestui raport de conformitate ramîne subordonata constrîngerii relationale. Omul nu s-a eliberat de obiecte, iar obiectele nu s-au eliberat de om. Va trebui asteptata revolutia surselor de energie pentru ca, odata cu practica la distanta, stocarea si calcularea energiei - care acum e în miscare -, omul si obiectul sa fie antrenati într-o noua dezbatere obiectiva: o dialectica plina de conflicte care nu erau vizibile în finalitatea de reciprocitate si în relatia de constrîngere. si abia astfel omul evolueaza spre o devenire sociala obiectiva, în vreme ce obiectul ajunge si el la propriu-i adevar: acela al functionalitatii înmultita cu eliberarea energiei.

Obiectul functional e un obiect real. Gratie revolutiei în domeniul energiei, coerenta tehnologica si cea (relativa) a ordinei de productie se substituie simbiozei energetice si întrepatrunderii simbolice. în acelasi timp, legatura dintre om si obiect e încredintata dialecticii sociale a foitelor de productie. în cele ce urmeaza, vom examina tocmai consecintele acestei rasturnari de perspectiva în domeniul cotidian.

Gestica functionala: controlul

Practicile noastre arata cît de mult se extenueaza medierea gestuala între om si lucruri: aparatele menajere, automobilele, gadgeturile, dispozitivele de încalzire, de luminare, de informare si de deplasare, toate nu pretind decît o energie sau o interventie minima. Uneori un simplu control cu mîna sau cu privirea, nici cea mai mica pricepere, cel mult reflexe. Aproape în aceeasi masura cu lumea muncii, în lumea casnica domneste regularitatea gesturilor de comanda sau de telecomanda. Mînerul usii, pîr-ghia, maneta, pedala sau nimic; în cazul celulei fotoelectrice, simplul fapt ca ne aratam prezenta s-a substituit presiunii, percutarii, socului, echilibrului corpului, volumului, repartizarii fortelor sau interventiei manuale (e nevoie mai degraba de rapiditate). Prinderea cu mîna a obiectelor, care angaja întregul trup, a fost înlocuita cu contactul (mîna sau piciorul) si cu controlul (privirea, uneori auzul). Pe scurt, numai "extremitatile" omului participa la mediul functional.

Abstractia eliberatoare a surselor de energie se traduce prin urmare printr-o abstractizare indentica în practica umana a obiectelor. E vorba mai putin de o practica neuroniusculara cît de un sistem de vigilenta cerebro-senzorial (Naville). Dar nu numai atît: pentru a tempera abstractia absoluta a actiunii la distanta, mai avem nevoie de ceea ce am numit gestica de control (mîna, privirea etc.[14]). Aceasta gestica minima e oarecum necesara, caci fara ea întreaga abstractie a puterii si-ar pierde sensul. E nevoie ca o participare cel putin formala sa-i dea omului siguranta puterii pe care o are.

în acest sens, putem afirma ca gestica de control ramîne esentiala - nu însa pentru buna functionare tehnica (o tehnica mai avansata s-ar putea lipsi de ea, si fara îndoiala ca o va face), ci pentru buna functionare mentala a sistemului.

Un nou cîmp de operatii

Functionalitatea obiectelor devine nelimitata, deoarece energia lor e abstracta: tot asa cum nu mai avem substante lipsite de un echivalent plastic, nu mai avem nici gesturi fara echivalent tehnic. Mecanismul cel mai simplu înlocuieste la modul eliptic o suma de gesturi, concentreaza eficacitatea lor si devine independent de operator, ca si de materia supusa operatiilor. Forma si utilizarea instrumentelor, materia, energia investita, toti termenii s-au schimbat. Materia s-a diferentiat la infinit, uneori parca s-a volatilizat: în cazul unui aparat de radio, e doar o suma de informatii. Energia, trans-formîndu-se, a transformat materiile si functiile: tehnica face altceva decît sa rezume gesturi anterioare: inventeaza alte operatii si, îndeosebi, decupeaza cîmpul operatiilor în functii si ansambluri de functii total diferite. Abstractizarea omului în fata obiectelor (tehnice), "alienarea lui spectaculoasa" nu decurg atît de mult din faptul ca gesturile lui au fost *înlocuite,* cît din abstractia *decupajului* functional însusi, si din imposibilitatea unei intuitii analogice a

acestuia prin referire la gesturi anterioare [15]. Doar inteligenta abstracta - nu cea imediata - se poate adapta noilor structuri tehnice: mai trebuie însa ca si omul sa se adapteze folosirii tot mai exclusive a functiilor superioare de inteligenta si calcul. Rezistentele, care au radacini adînci, pot aduce o întîrziere definitiva. Omul devine mai putin coerent decît obiectele. într-un fel, acestea îl preced în organizarea ambiantei, determinîndu-i comportamentul. Priviti o masina de spalat: forma si felul ei de a lucra nu au nici o legatura precisa cu lenjeria; în spatiu si timp, operatia de spalate si-a pierdut orice specific. Interventia omului e minima; desfasurarea spalarii e programata, iar apa însasi nu mai e decît un fel de vehicul abstract al produselor chimice detergente. Functional, masina de spalat apaitine unui cîmp de relatii total diferit de cel al lopetii de batut rufele sau al ciubarului de pe vremuri: ea intra într-un cîmp asociativ functional discontinuu, împreuna cu alti operatori obiectivi, precum frigiderul, televizorul, elementele de aranjare a ambiantei si automobilul, nemaifiind un instrument traditional într-un cîmp de mediere practica ce cuprinde materia de transformat si omul care o transforma. Am trecut de la un cîmp vertical, în adîncime, la un cîmp orizontal, în extensie.

Tot asa cum se structureaza diferitele parti ale mecanismului unui obiect, diversele obiecte tehnice tind sa se organizeze între ele, independent de om, sa trimita unul la celalalt în uniformitatea unei practici simplificate si sa se constituie astfel într-o ordine articulata ce-si urmeaza

propriul mod de evolutie tehnologica si în care responsabilitatea umana se margineste la

exercitarea unui control mecanic, pe care, la nevoie, îl poate face **chiar** masina.

Miniaturizarea

în locul *spatiului* continuu, dar limitat, pe care-l creeaza în jurul obiectelor traditionale gesturile care le pune în folosinta, obiectele tehnice insti-tuie o *întindere* discontinua si nedefinita. Aceasta noua extensie, dimensiunea functionala, e definita de constrîngerea organizarii maxime si a comunicarii optime. Tocmai de aceea asistam, în progresul tehnologic, la o miniaturizare tot mai accentuata a obiectului tehnic.

Eliberate de referinta umana, de ceea ce s-ar putea numi "marime naturala" si invadate de mesaje tot mai complexe, mecanismele, asemenea creierului, se îndreapta spre o concentrare ireversibila a structurilor, spre chintesenta microcosmosului[16]. Dupa perioada expansiunii prometeice a unei tehnici ce nazuia la ocuparea lumii si a spatiului, iata-ne în era unei tehnici ce opereaza asupra lumii în profunzime. Electronica, cibernetica - eficienta însasi, eliberata de spatiu gestual - sînt legate de acum încolo de **saturarea** unei extensii minime ce defineste un cîmp maxim, lipsit însa de o masura comuna cu experienta sensibila[17].

STILIZARE, MANEVRABILITATE, ÎNVELIRE

Stilizarea formelor e corelata pretutindeni cu autonomia sporita a lumii functionale si cu organizarea optima a întinderii. Formele devin mai autonome si se îndeparteaza tot mai mult de morfologia corpului uman si a eforturilor, dar continua sa faca aluzie la acestea, într-un fel sau altul. Se organizeaza liber, însa relatia pierduta cu functiile primare mai persista, în abstractia unui semn: conotatia lor. Iata din nou exemplul mîinii, a carei importanta în gestica controlului am vazut-o deja. Toate obiectele modeme se pretind, în primul rând, manevrabile (aproape echivalent cu "functionale"). Dar care e "mîna" în functie de care se profileaza formele lor? Nu e organul de prindere în care se sfîrseste efortul, ci semnul abstract al *manevrabilitatii,* caruia i se conformeaza cu atît mai usor butoanele, manetele etc. cu cît operatia, în ea însasi, nu mai pretinde o munca manuala, deoarece se situeaza altundeva. Regasim aici, pe planul morfologic, mitul naturalitatii, de care am vorbit mai înainte: corpul uman nu mai trimite la obiecte decît semnele prezentei sale, functionarea obiectelor fiind deja autonoma. îsi trimite, cu delegatie, "extremitatile". La rîndul lor. obiectele se "profileaza" în functie de aceasta semnificatie morfologica abstracta. Avem de-a face cu un sistem de conectare a formelor în care omul e evocat doar prin aluzii[18]. Iata în ce fel forma

obiectului "ia conturai" mîinii. si iata cum fotoliul Airbome "urmeaza conturai" formelor trupului dumneavoastra: o forma ia conturai alteia. Instrumentul de lucra si

35

obiectul traditional nu "luau [deloc] conturul" formelor umane: luau forma efortului si a gestului - si de altfel corpul uman se impunea obiectelor în scopul de a savîrsi o lucrare materiala. In zilele noastre, corpul omului nu pare sa se mai manifeste decît ca temei abstract al unei forme desavîrsite: cea a obiectului functional. *Functionalitatea nu mai consta, asadar, în impunerea unei munci efectuate, ci în adaptarea unei forme la o alta*(a manetei la mîna) *si prin acesta în elidarea si lasarea deoparte a proceselor de munca reale.*

Despaitite de functiile practice si de gestica umana, formele devin relative unele fata de altele, si fata de spatiul pe care-l "ritmeaza". Tocmai aceasta e, în zilele noastre, definitia "stilului" obiectelor: mecanismul stilului fiind virtual sau subînteles (cîteva gesturi simple îl evoca în toata forta lui, fara a-l face însa prezent, caci corpul eficace al obiectului nu poate fi descifrat), doar forma ramîne prezenta: ea îl înveleste în întreaga ei perfectiune, în "linia" ei, care-i vine ca o "haina" sub care se ascunde o energie abstracta, cristalizata. Asa cum-se poate vedea în evolutia anumitor sprecii animale, forma se exterioreaza în jurul obiectului, ca o carapace. Fluida, tranzitiva, învaluitoare, ea unifica aparentele, depasind spre un ansamblu coerent discontinuitatea înfricosatoare a diverselor mecanisme. în ambiantele functionale, o demarcatie continua de linii (dar si de materii: crom, email, plastic) restabileste unitatea unei lumi al carei echilibru în adîncime era asigurat, cîndva, de gestul uman. Ne îndreptam astfel spre un absolutism al formei: numai ea conteaza, numai ea poate fi descifrata, **iar** în registrul profunzimii "stilul" e definit de functionalitatea formelor.

Sfîrsitul dimensiunii simbolice

La drept vorbind, împlinirea formelor ascunde o carenta esentiala: prin tranzitivitatea lor universala, civilizatia tehnica încearca sa compenseze disparitia relatiei simbolice legata de gestica traditionala a muncii, si de asemenea irealitatea, vidul simbolic al puterii noastre[1] .

Caci medierea prin gestica nu e doar o simpla dimensiune practica. Iar energia investita în efort nu e doar de ordin muscular si nervos. în gest si efort se desfasoara, prin scheme de patrundere, de rezistenta, de modelare, de fiecare etc, o întreaga simbolica falica. Ritmica sexuala e modelul tuturor gesturilor ritmice, si orice practica tehnologica e supradeterminata de ea (v. în acest sens studiile lui G. Bachelard, si G. Durând, *Les Struc-tures anthropologiques de l'imaginaire,* p.46). Obiectele si instrumentele de lucra traditionale aduc la suprafata o parte din investirea libidinala profunda care e proprie relatiei

sexuale (ca si dansul si riturile, pe un al plan), deoarece mobilizeaza întregul corp în efort si în împlinire[20]. Or, aceasta e descurajata si demobilizata de obiectul tehnic. Tot ce era cîndva sublimat (prin urmare investit simbolic) în gestica muncii e, în zilele noastre, refulat. In ansamblurile tehnice nu mai avem, nimic din vegetatia teatrala, anarhica

a vechilor obiecte, ce îmbatrîneau si-si aratau munca depusa. Falus sau vagin însufletit, hîrletul si ulciorul ne îngaduie sa citim simbolic, în "obscenitatea" lor, dinamica pulsionala masculina[21]. Tot atît de obscena era si gestica muncii, acum miniaturizata si abstractizata în gestica controlului. Lumea obiectelor vechi ne apare, fata de neutralitatea formala, de albul profilactic si de perfectiunea obiectelor functionale, ca un teatra al cruzimii si al pulsiunilor ascunse. Minerul fierului de calcat se estompeaza, dobîn-deste "profil" (termenul spune totul; ne trimite la un lucra subtire, abstract) si tinde tot mai mult sa arate absenta gestului; la limita, noua forma nu va mai fi deloc manuala, ci doar manevrabila: *împlinindu-se, forma va arunca omul în contemplarea propriei ei puteri.*

Abstractia puterii

Puterea tehnica nu mai poate fi obiect de mediere: nu are nici cea mai mica masura comuna cu omul si cu propriul sau trap. Prin urmare, nu poate fi *simbolizata:* formele

functionale nu pot decît sa* o *conoteze.* în coerenta lor absoluta, ele o suprasemnifica (aerodinamism, manevrabilitate, automatism etc), dar în acelasi timp formalizeaza vidul care ne desparte de ea, fiind un fel de ritual modern de operatiuni miraculoase. Semne ale puterii noastre, dar totodata martori ai iresponsabilitatii noastre în fata ei. Prima euforie mecanista odata trecuta, poate ca tocmai aici trebuie cautat motivul satisfactiei tehnice plictisite, al spaimei aparte ce apare la cei vendecati de obiecte ca prin minune, al indiferentei fortate, al spectacolului pasiv al puterii lor. Inutilitatea anumitor gesturi obisnuite, ruperea anumitor ritmuri ale vietii cotidiene bazate pe manevre ale corpului au consecinte psihofi-ziologice adînci. De fapt, o adevarata revolutie s-a produs la nivel cotidian: *în zilele noastre, obiectele au devenit mai complexe decît comportamentul uman raportat la ele.* Sînt tot mai diferentiate, în vreme ce gesturile noastre sînt tot mai putin, lucra ce poate fi exprimat si altfel: obiectele nu mai sînt înconjurate de un teatra al gesturilor în care ele îsi aveau rolul; finalitatea lor, împinsa la exagerare, face acum din ele actorii unui proces global în care omul e doar un rol - sau un spectator.

Ca exemplu, iata o poveste curioasa, întîmplata în secolul al XVIII-lea. Un iluzionist foarte priceput în fabricarea ceasurilor a fabricat un automat. Iar acesta era atît de desavîrsit, miscarile lui erau atît de suple si de firesti încît spectatorii nu puteau distinge omul de automat, cînd cei doi apareau împreuna pe scena. si astfel, iluzionistul se vazu

obligat sa-si faca gesturile mecanice si, printr-o culme a artei, sa-si altereze propria-i aparenta pentru a da sens spectacolului, deoarece spectatorii ar fi fost în cele din urma prea terorizati nestiind care era "adevarat", si era mai bine sa-l ia pe om drept masina, iar masina drept om.

Avem aici ilustrarea unei anumite relatii fatale cu tehnica - cu exceptia faptului ca în realitatea moderna nu ne trezim la aplauzele unui

.37

public fericit ca a fost înselat atît de maiestrit. Ilustrarea unei societati a carei aparatura tehnica ar fi atît de prefectionata încît ar putea constitui un fel de aparat gestual "de sinteza", superior aparatului gestual traditional - un fel de proiectare suverana a unor structuri mentale perfecte. Deocamdata, gestul uman e înca singurul ce poate oferi precizia si supletea pretinse de anumite munci. Nimic nu ne interzice însa sa credem ca tehnica, *techne,* în progresul ei neîncetat, nu va ajunge sa fie o imitatie, *mimesis,* substituind astfel lumii naturale o lume fabricata de inteligenta. Daca simulacrul e atît de bine simulat încît devine un ordonator eficace al realitatii nu înseamna oare ca omul, în fata simulacrului, devine el însusi o abstractie? Lewis Mumford remarca deja *(Technique et Civilisation,* p.296): „Masina duce la o eliminare a functiilor care se învecineaza cu paralizia". Aceasta nu e o ipoteza mecanista, ci o realitate traita: comportamentul pe care-l impun obiectele tehnice e discontinuu: o succesiune de gesturi sarace, de gesturi-semne al caror ritm s-a sters. E, într-un fel, lectia iluzionistului din povestea noastra, care, în fata desavîrsîrii maisinii sale, se desface pe sine mecanizîndu-se. *Omul e expediat în incoerenta de coerenta proiectiei sale structurale.* în fata obiectului functional, omul devine disfunctional, irational si subiectiv: o forma goala, deschisa miturilor functionale si proiectarilor fantasmatice legate de eficacitatea stupefianta a lumii.

Mitul functionalist

într-adevar, dinamica concreta NA efortului, care s-a abstractizat în mecanismele si gesturile de control, nu a disparat: s-a interiorizat într-o dinamica mentala, aceea a unui mit functionalist si a virtualitatii unei lumi în întregime functionala, al carei indice e fiecare dintre obiectele tehnice. Gestica refulata devine mit, proiectie, transcendenta. în clipa în care pierdem din vedere drumul energiei, si în care o percepem ca infuzata în obiect, în clipa în care devenim beneficiarul iresponsabil al absentei (sau aproape al absentei) gesturilor si eforturilor, nu sîntem oare îndreptatiti, ba chiar siliti sa credem în functionalitatea absoluta, nelimitata si în virtutea eficace a semnelor? Ceva din stravechea inducere a realitatii plecînd de la semne - regula lumii magice - reînvie: "O parte a sentimentului de eficacitate din magia primitiva a devenit credinta neconditionata în progres", spune Simondon *(op.cit.*. p.95). Lucra adevarat despre societatea tehnica globala, si de

asemenea, chiar daca mai confuz, însa tenace, despre mediul cotidian, în care cel mai neînsemnat gadget e izvorul unei arii tehno-mitologice de putere. Modul de folosire cotidiana a obiectelor constituie o schema aproape autoritara de prezumtie a unei lumi. Or, ceea ce ne arata obiectul tehnic, care nu mai pretinde decît o participare formala, e o lume lipsita de eforturi, o abstractizare si o mobilitate totala a energiei, o eficienta totala a gestului-semn[22].

3 8

Forma functionala: bricheta

Fluiditatea stilizata a formelor "functionale" si dinamica mentala, simulacru al unei relatii simbolice pierdute, pe care ele o conoteaza încer-cînd sa reinventeze o finalitate prin proliferarea seninelor, confirma cele de mai sus. Ca si exemplul brichetei în forma de galet, lansata cu succes publicitar de cîtiva ani: forma ei e alungita, eliptica, asimetrica, "puternic functionala". Nu aprinde tigarile mai bine decît alta, dar "ia forma palmei dumneavoastra". "Marea a slefuit-o în forma rnîinii": iata un fapt împlinit. Functionalitatea ei deosebita nu sta în faptul ca aprinde tigari, ci ca e manevrabila. Iar forma ei e ca predestinata de natura (de mare) la manevrarea de catre om. Retorica brichetei se afla tocmai în aceasta noua finalitate. Iar conotatia ei e dubla: fiind un obiect industrial, se presupune ca bricheta reia una dintre calitatile obiectului artizanal, a carui forma prelungea gestul si trapul omului. Pe de alta parte, aluzia la mare ne readuce la mitul unei naturi deja culturalizata în functie de om, ce se adapteaza celor mai mici dorinte ale acestuia: marea joaca rolul cultural al slefuitorului, fiind un sublim mester al naturii:[23]. si astfel, din piatra de mare adusa în mîna spre foc, bricheta devine un silex miraculos, în vreme ce o întreaga finalitate preistorica si artizanala se precizeaza în esenta practica a unui obiect industrial.

Conotatia formala: aripa masinii

Vreme îndelungata, masinile americane erau împodobite cu aripi imense, despre care Packard scrie în *L'Art du gaspillage* (p.282) ca simbolizeaza obsesia americana a bunurilor de consum. Dar ele mai au si alte semnificatii. De-abia îndepartat de formele de vehicule anterioare si structurat dupa propria-i functie, automobilul, ca obiect, nu face altceva decît sa conoteze rezultatul obtinut, adica sa se conoteze pe sine ca functie a victoriei. si astfel asistam la un veritabil triumfalism al obiectului: aripa masinii devine *semnul* victoriei asupra spatiului - semn pur, deoarece nu are nici un raport cu victoria (mai degraba compromitînd-o, pentru ca îngreuiaza masina si o încarca suplimentar). Mobilitatea concreta si tehnica se su-prasemnifica în fluiditate absoluta. Caci aripa nu mai e semnul vitezei *reale,* ci semnifica o viteza sublima, nemasurabila. Sugereaza un automatism miracular, un har, iar în imaginatia noastra prezenta aripii da avînt masinii:

aceasta zboara cu propriile-i aripi, mimînd astfel un organism superior. în vreme ce motorul e eficienta reala, aripa e eficienta imaginara. Aceasta comedie a eficientei spontane si transcendente a obiectului aduce în scena si simboluri naturale: automobilul se împauneaza cu aripi si fuzelaje, care de altfel sînt elemente structurale, furînd seninele avionului, obiect-model al spatiului; mai apoi, îsi va fura semnele chiar din natura: rechin, pasare etc.

39

în zilele noastre, conotatia naturala si-a schimbat registrul. Pe vremuri, am putut asista la dezmatul regnului vegetal, care invada obiectele, si chiar si masinile, cu semnele produselor pamîntului, naturalizîndu-le[24]. în prezent, vedem aparînd o sistematica a fluiditatii, care nu-si mai cauta conotatiile în pamînt si în flora, elemente statice, ci-n aer si apa, elemnte fluide, si de asemenea în dinamica animala. Aceasta naturalitate moderna nu e însa mai putin o conotatie a naturii, chiar daca trece de la organic la fluid. Elementul astructural, inesential-o aripa de masina oarecare - conoteaza mereu obiectul tehnic *în mod natural.*

si tocmai prin aceasta îl conoteaza *alegoric.* Cînd structura, imobila, e napadita de elemente astructurale si cînd detaliul formal invadeaza obiectul, functia reala ramîne doar un alibi, *iar forma nu mai face decît sa semnifice ideea de functie:* ea devine alegorica. Aripile masinii sînt alegoria noastra moderna. Nu mai avem muze si flori, ci aripi de automobil si brichete, slefuite de apa marii. Iar discursul inconstientului apare tocmai în alegoric. Fantasma vitezei din strafundul nostru se exprima în aripa masinii, însa la modul aluziv si regresiv. Caci daca viteza e o functie de ordin falie, aripa masinii reprezinta viteza formala, aflata în nemiscare, aproape comestibila vizual. Ea nu e rezultatul unui proces activ, ci al unei placeri a vitezei "în efigie" - stare ultima, pasiva de degradare a energiei într-un semn pur în care dorinta inconstienta repeta într-una un discurs imobil.

Iata de ce conotatia formala echivaleaza cu impunerea unei *cenzuri.* în spatele împlinirii functionale a formelor, simbolica falica traditionala s-a spart: pe de o parte se abstractizeaza într-un simulacru de putere (mecanismul ascuns, indescifrabil) - pe de alta parte se multumeste cu învelirea formelor în propria lor "functionalitate": proces regresiv, narcisist.

Alibiul formei

Vedem astfel mai bine care e limbajul formelor, si la ce tinde acest discurs. Relative unele fata de altele si trimitînd neîncetat, prin stilizarea lor, la forme omoloage, ele se prezinta ca un discurs complet - realizarea optima a esentei omului si a lumii. Dai- acest discurs nu e niciodata inocent: articularea formelor între ele ascunde întotdeauna un discurs indirect. Forma brichetei e relativa la forma mîinii *gratie marii* "care a slefuit-o"; aripa de masina e

relativa la spatiul parcurs, gratie avionului, pasarii etc; de fapt, gratie *ideilor* de mare, de avion si de pasare. Vedem asadar pretutindeni *Ideea de Natura,* în multiple forme (elemente animale, vegetale,' corpul uman, ba chiar si spatiul însusi[25]), amesteeîndu-se în articularea formelor. si tocmai în masura în care, constituindu-se în sistem, aceasta recreeaza un fel de finalitate interna, ele se conoteaza de îndata prin natura - natura ramînînd referinta ideala a oricarei finalitati.

Obiectele "vulgare", care se epuizeaza în propria lor functie, nu au

aceasta finalitate. La nivelul lor, nu putem vorbi de ambianta, ci doar de mediu în care sînt date. Multa vreme, oamenii au vrut sa le impuna o finalitate grosolana: masinile de cusut au fost decorate cu flori, iar nu de mult Cocteau si Buffet mai "îmbracau" înca frigiderele. Daca nu puteau fi "naturalizate", s-a încercat estomparea prezentei lor. si iata cum dupa o faza destul de scurta în care masinile si tehnica, foarte mîndre de emanciparea lor, si-au afisat practicitatea într-un mod obscen, pudoarea moderna se straduieste cu îndîrjire sa ascunda functia practica a lucrurilor.

"încalzirea cu pacura e asigurata de o instalatie absolut invizibila". "Indispensabil, garajul nu trebuie sa apara la vedere, oriunde ar fi fost plasat în gradina... Prin urmare, a fost ascuns într-o gramada de pamînt cu pietre. O gradina alpina e dispusa deasupra acoperisului de beton al localului; ea comunica cu interiorul proprietatii printr-o usita ascunsa între pietre..."

Naturalizare, escamotare, dispunere etajata, decor: iata-ne înconjurati de obiecte în care forma intervine *ca o falsa rezolvare a modului contradictoriu în care e trait obiectul.* In zilele noastre, decorul disparat si-a lasat locul unor solutii mai subtile. Dar conotatia de natura, care e implicata în însusi discursul formelor, nu e mai putin prezenta în el.

Aceasta naturalizare se încarca spontan cu referinte morale si psihologice, în acest sens, lexicul publicitar e foarte revelator. Avem de-a face cu o întreaga terminologie emotionala: "caldura", "intimitate", "raspîndire împrejur", "sinceritate" - o întreaga retorica a valorilor "naturale" -, ce însoteste în discursul publicitar calculul formelor si "stilul functional". "Caldura", "sinceritatea[1]", "loialitatea" spun multe despre echivocul unui sistem în care transpar, ca semne, precum mai înainte pasarea, spatiul sau marea, valori traditionale, pierdute de mult. Desigur, la mijloc nu e nici o "ipocrizie". Dai- aceasta lume sistematica, omogena si functionala - culori, materii si forme în care pulsiunile, dorintele si foita exploziva a instinctului sînt refuzate, dezmintite, lasate deoparte, chiar daca nu sînt negate"[6] - nu e oare si ea o lume morala, ba chiar hi per-morala? Daca fatarnicia moderna nu consta în încercarea de a ascunde obscenitatea naturii, putem spune ca ea înseamna *a ne*

satisface (sau a încerca sa ne satisfacem) *cu naturalitatea inofensiva a semnelor.*

[1] Aranjarea ca tratare a spatiului devine de altfel si ea un element de ambianta.

[2] Culorile "tipatoare" ne privesc. Daca ne îmbracam într-un costum rosu sîntem mai mult decît goi pusca: sîntem un obiect pur, fara interioritate. Costumatia feminina tinde cu deosebire spre culorile vii tocmai în legatura cu statutul social, de obiect, al femeii.

[3] Cu toate acestea, multe serii de masini nu se mai fabrica în negru; în afara doliului sau a ceremoniilor oficiale, civilizatia americana nu mai cunoaste, practic, negrul (decît în situatia în care e reinstaurat ca valoare combinatorie).

[4] Realizare, cel putin partiala, a mitului substantialist care, în secolul al XVI-lea deja, se înscria în stuc si în demiurgia "mondena" a barocului: totul trebuie turnat dintr-o materie gata facuta. Acest mit substantialist e unul dintre aspectele mitului functionalist, de care

de altfel ne ocupam: e echivalentul, pe planul substantei, al automatismului pe planul functiilor: o masina a tuturor masinilor ar tine locul tuturor gesturilor umane si ar instaura un univers de sinteza. Cu toate acestea, visul substantialist e aspectul cel mai primitiv si mai regresiv al mitului: e o alchimie transsubstantiatoare, faza anterioara epocii mecaniste.

[5] Tocmai aici sta diferenta radicala dintre "marele stejar" traditional si lemnul de tec: nu originea, exotismul sau pretul îl disting în mod esential pe acesta din urma, ci folosirea în scopuri ambientale, lucru care face ca el sa nu mai fie cu adevarat o substanta naturalii primara, densa si înzestrata cu caldura, ci *un simplu semn cultural al caldurii,* fiind astfel reinvestit da semn, asemenea altor numeroase materiale "nobile", în sistemul interiorului modern. Nu mai are calitatea prezentei, ci o valoare de ambianta.

[6] Acestea sînt, desigur, esente de lemn mai bine adaptate decît stejarul la furniruire si asamblare. Trebuie sa mai spunem ca, în acest caz, exotismul joaca acelasi rol ca si conceptul de vacanta în cazul culorilor vii: mitul evaziunii în natura. Esentialul e însa faptul ca, din aceasta cauza, aceste esente de lemn sînt "secunde", purtînd în ele o abstractie culturala si supunându-se logicii sistemului.

[7] Cu toate acestea, ea e semnul unei slabiri a sistemului, slabire care e însa integrata. V. în legatura cu acesta mai departe, *Obiectul vechi.*

[8] Ambiguitatea sticlei iese clar în evidenta daca trecem de la modul de a locui la consum si la tehnicile de conditionare, în care folosirea sticlei se amplifica neîncetat. si aici sticla îsi mentine calitatile: apara produsele de contaminari si nu se lasa traversata decît de privire. "A contine bine si a lasa sa se vada totul": iata definitia ideala a conditionarii. Fiind potrivita pentni orice fel de mulaje, sticla deschide esteticii sanse nelimitate. Mîine, ea va "îmbraca" trufandalele si fructele, ce vor pastra, multumita ei, prospetimea zorilor. Va înveli cu transparenta ei biftecul nostru de toate zilele. Invizibila si pretutindeni prezenta, va raspunde exigentei unei vieti mai frumoase si mai clare, Pe deasupra, cum nu are nici un miros, nu va fi niciodata un deseu, oricare-i va fi soarta. E un material "nobil". Cu toate acestea, consumatorul e invitat sa o arunce dupa folosire: "Nu pot fi schimbate si nu le cumparam". Sticla împodobeste cu prestigiul ei "indestructibil" cumpararea, dar trebuie distrusa imediat dupa aceea. Avem aici vreo contradictie? Nu: sticla joaca întotdeauna rolul unui element de ambianta, însa ambianta primeste un sens economic precis: conditionarea. Sticla e functionala si aduce vînzari, dar trebuie consumata si ea, în ritm sporit. Functionalitatea ei psihologica (transparenta, puritate) e integral reluata si scufundata în functionalitatea ei economica. Sublimul îndeplineste rolul unei motivari de cumparare.

[9] Chiar si sexualitatea, în conceptia ei moderna, intra în acest tip de relatie; diferita de senzualitate, care e calda si instinctuala, sexualitatea e *calda si rece*. si astfel, în loc sa fie expresia pasiunii, devine o simpla valoare de ambianta. Dar tot astfel devine discurs, în loc sa se piarda în efuziuni.

[10] în sistemul obiectelor, ca în orice sistem trait, marile opozitii structurale sînt într-adevar altceva: ceea ce la nivelul sistemului apare ca opozitie structurala poate fi ratio-, nalizarea coerenta a unui conflict.

[11] Cu exceptia scaunelor cu spatar drept, în fata mesei la care mîncam: acestea primesc o conotatie rustica, dar e vorba de un proces cultural reflex.

[12]- Sau pur si simplu pasiv: caci nu trebuie sa uitam ca, în publicitatea mobiliara, imperativul activ al aranjarii cedeaza evident în fata sugestiei pasive de ralaxare. si aici ambianta e ambigua: e un concept activ si pasiv totodata. Omul functional e obosit de la început. Iar milioanele de fotolii de piele sau Dunlopillo, unul mai adînc decît celalat, ce lauda pe întrecute virtutile moderne de ambianta si de relaxare în paginile revistelor de lux, sînt un fel de invitatie enorma a civilizatiei viitorului la rezolvarea tensiunilor si la pasnica euforie a zilei de dumnica. întreaga ideologie a acestei civilizatii, în acelasi timp îndepartata si iminenta în modelele pe care le propune, poate fi gînditâ în imaginile modernitatii, la fel de idilice ca si vechile pastorale, în care omul îsi contempla ambianta din fundul moale al fotoliului. Terminînd-o cu pasiunile, functiile si contradictiile si

nemaiavînd decît relatii, un sistem de relatii a caror structura o regaseste într-un sistem

de obiecte facînd sa apara în jurul lui un spatiu si "creînd" multiplele posibilitati de integrare a elementelor în ansamblul camerei, ca si a lui însusi în ansamblul social, reconstituind astfel o lume eliberata de pulsiuni si de functiile primare, dar grea de conotatii sociale de calcul si de prestigiu, omul nostru modern, obosit de atîta efort, îsi va legana plictiseala în golul unui fotoliu ce ia forma corpului sau.

[13] Cu exceptia cazului în care e reintrodus sub o conotatie culturala care-i circumscrie obscenitatea: vechiul pat din mijlocul camerei în secolul al XVIII-lea spaniol (în legatura cu aceasta v. mai departe *Obiectul vechi).*

[M] Mai exact, gestica de efort nu numai ca s-a extenuat într-o gestica de control: ea s-a disociat într-o gestica de control si o *gestica de joc*. Uitat de practica moderna dar eliberat de constrîngeri, corpul omenesc gaseste în sport si în activitatile fizice din timpul liber o posibilitate reala de expresie, sau cel putin o posibilitate compensatoare de cheltuire a energiei (ne putem întreba, într-adevar, daca dedublarea gesticii de efort instaureaza o libertate reala a trupului sau daca nu cumva pune pur si simplu în functie un sistem cu doi termeni, dintre care cel de-al doilea - în cazul nostru jocul si sportul - nu e decît termenul ce-l compenseaza pe primul. Acelasi proces apare si în dedublarea timpului în timp activ si timp liber).

[15] Iata, de exemplu, focul: "caminul" raspunde initial functiilor asociate de încalzire, de preparare a hranei si de luminare. Tocmai de aici i se trage complexitatea simbolica. Ulterior, masina de gatit, care e deja un aparat, uneste functiile de încalzire si culinare: si ea mai are o oarecare prezenta simbolica. Mai apoi, toate aceste functii se vor desparti analitic, împastiindu-se în aparte specializate, a caror sinteza nu mai e cea concreta, a "caminului", ci una abstracta: a energiei care le alimenteaza (gaz sau electricitate). Dimensiunea simbolica a acestei noi ambiante, bazata pe decupajul functional al unei ordini diferite, e inexistenta.

[16] De unde fascinatia exercitata de obiectul miniaturizat: ceasul, tranzistorul, aparatul fotografic etc.

[17] Aceasta tendinta spre miniaturizare poate parea paradoxala într-o civilizatie a întinderii, a expansiunii si a spatializarii. De fapt însa, ea îi precizeaza punctul de sosire ideal, si de asemenea una dintre contradictii. Civilizatia tehnica e, în acelasi timp, civilizatia constrîngerilor urbane si a penuriei de spatiu. Din necesitati cotidiene absolute (si nu doar structurale), ea e, din ce în ce mai mult, o civilizatie a "compactului". Exista fara îndoiala o legatura între laser, micro-calculatoare si micro-tehnica pe de o

parte, si automobilul minuscul, gadgetul polifunetional, apartamentul "studiat" si tranzistor pe de alta parte, dar acest raport nu e cu necesitate structural sau logic. Principiul organizarii maxime, care duce la tehnicile de miniaturizare, are drept functie paralela camuflarea (nu însa rezolvarea) unei penurii cronice de spatiu la nivelul cotidian. Cele doua nu sînt legate structural, ci doar implicate în cadrul aceluiasi sistem. Iar obiectul tehnic cotidian, prins între ele, nu mai stie care îi e sensul: progresul tehnicilor (miniaturizarea) sau degradarea sistemului practic (penurie de spatiu)?

(Vom studia în alt loc - *Avatarurile tehnicii* - antagonismul dintre evolutia tehnologica structurala si constrîngerile penuriilor ce determina sistemul trait.)

[18] Tot asa, cum, în domeniul ambiantei, natura e evocata si ea doar prin aluzii.

[19] Nu vom încerca sa poetizam efortul sau gestica traditionala: daca ne gîndim ca, vreme de secole, omul a compensat prin propriile-i puteri neputintele propriilor sale instrumente de lucru, si ca dupa sclavi si iobagi taranii si mestesugarii au lucrat si ei cu obiecte venite direct din epoca de piatra, nu putem decît sa salutam abstractia surselor de energie si caderea în desuetudine a unei gestici care, de fapt, era una a aservirii. In prezent, "masi-nalitatea lipsita de suflet" (chiar daca e vorba de aceea a masinii electrice de facut pireuri) ne îngaduie sa depasim, în sfîrsit, stricta echivalenta dintre produs si gest în*care cîndva îsi gasea sfîrsitul lunga stradanie a zilelor de lucru, si sa cream un supraprodus al gestului uman. Consecintele acestui fapt pe un alt plan nu sînt însa mai putin adînci.

"-[0] Tot asa putem spune ca obiectelor li se integreaza, prin gestica, ceea ce Piaget numeste "schemele afective" paterna si materna, legaturi ale copilului cu mediul uman priraor-

dial: tatal si mama îi apar copilului, ei însisi, ca niste instrumente înconjurate de alte instrumente, secundare.

[21] De exemplu, casa materna clasica, desenata de copii, cu usile si ferestrele ei, simbolizeaza în acelasi timp copilul (ea are figura omeneasca) si trupul mamei. Ca si disparitia gesticii, disparitia casei traditionale - cu etaj, scara, pod si pivnita - semnifica în primul rînd frustrarea de dimensiunea simbolica a recunoasterii. Sîntem deceptionati de ordinea moderna mai întîi prin complicitatea profunda cu noi însine si prin perceperea viscerala a propriului nostru trup: nu mai regasim în el nici propriile noastre organe, nici organizarea lor somatica.

[22] Aceasta *mitologie* trebuie distinsa de *ideologia* progresului. Oricît ar fi de abstracta, ultima ramîne o ipoteza asupra structurilor si se sprijina pe evolutia tehnica. Mitul functionalist e însa doar o prezumtie

asupra totalitatii tehnice, plecînd de la semne. Prima reprezinta o mediere socio-culturala (în secolele XVIII si XIX), cea de a doua e o anticipare fantasmatica.

[23] Mitologiile "naturale" se refera cel mai adesea la un sistem cultural anterior, un fel de releu pseudo-istoric în demersul de regresie spre o totalitate mitica; astfel, mitologia artizanatului pre-industrial implica mitul unei naturi "functionale" - si reciproc.

[24] Doar curba mai pastreaza ceva din conotatia vegetala si materna; curbele tind sa impuna obiectelor valorile organice ale lucrurilor continute - sau de evolutie naturala. Tocmai de aceea dispar sau devin eliptice.

[25] într-adevar, spatiul se conoteaza si *el prin-vid:* în loc sa ia nastere din interrelatia vie a formelor (ca spatiu "ritmat"), vedem cum formele devin relative unele fata de altele *prin* vid, care e semnul formalizat al spatiului. într-o încapere în care e spatiu suficient, avem un *efect de natura:* acolo "putem respira". De unde tentatia vidului: peretii goi semnifica cultura si bunastarea. Cutare bibelou va fi pus în valoare într-un loc gol. Astfel, "ambianta" nu mai e, adesea, decît o dispunere formala în care un vid calculat "personalizeaza" cîteva obiecte. Invers, în serie penuria de spatiu distrage ambianta, privind obiectele de aceasta respiratie fastuoasa. Poate ca în aceasta afectare a vidului trebuie sa descifram reflectarea unei morale: a distinctiei si a distantei. si în acest caz avem de-a face cu o inversare a conotatiei traditionale - cea a substantelor pline, în care valoarea se înscria prin acumulare si ostentatie naiva.

[26] Respingerea *morala* a instinctului semnaleaza înca o data promiscuitatea cu acesta. Aceasta **promiscuitate** a dispanit însa: în toate formele ei, natura e, în acelasi timp, semnificata si refuzata - tocmai prin semne.

HI. CONCLUZIE: NATURALITATE sI FUNCȚIONALITATE

Ajunsi la capatul acestei analize ce se apleaca asupra valorilor de aranjare si de ambianta, vom remarca faptul ca întregul sistem se bazeaza pe conceptul de functionalitate. Culori, forme, materiale, aranjare, spatiu - totul e functional. Toate obiectele se vor functionale, asa cum toate regimurile politice se vor democratice. Or, acest termen, care ascunde toata puterea de seductie a modernitatii, e perfect ambiguu. Fiind derivat din "functie", sugereaza ca obiectul se desavîrseste printr-un raport exact cu lumea reala si cu nevoile omului. De fapt însa, din analizele precedente reiese ca *"functionalul" nu califica deloc ceea ce e adaptat unui scop, ci ceea ce e adaptat unei ordini sau unui sistem:* functionalitatea e aptitudinea de integrare într-un ansamblu. în ceea ce priveste obiectul, e tocmai posibilitatea de a-si depasi „functia" spre o functie

secunda, de a deveni element de joc. de combinatie si de calcul într-un sistem universal de semne.

Prin urmare, sistemul functional se caracterizeaza întotdeauna, în acelasi timp *si în cea**mai** deplina ambiguitate,* ca:

1° o *depasire* a sistemului traditional, sub trei aspecte: functia primara a obiectului; pulsiuni si nevoi primare; o relatie simbolica între acestea doua.

2° un *refuz* simultan al celor trei aspecte solidare ale sistemului traditional.

Altfel spus:

1° Coerenta sistemului functional al obiectelor vine din faptul ca acestea (ca si diferitele lor aspecte, culoarea, forma etc.) nu mai au, în cadrai lui, o valoare proprie, ci o functie universala - de semne. Ordinea Naturii (functie primara, pulsiuni, relatie simbolica) e mereu prezenta în el, însa numai ca semn. Materialitatea obiectelor nu mai e în competitie cu materialitatea nevoilor: aceste doua sisteme, incoerente, primare si antagoniste sînt eliberate prin înserarea între ele a unui sistem abstract de semne manevrabile: functio-nalitatea. în acelasi timp, relatia simbolica dispare: ceea ce transpare în semn e o natura continuu stapînita, elaborata, abstracta, o natura salvata de eroziunea timpului si de spaime, trecînd neîncetat la cultura prin virtutile semnului: o natura sistematizata - o *natu-**ralitate*** (sau *culturalitate,* cum vreti[1]). Aceasta naturalitate e prin urmare corolarul oricarei functionalitati. E corolarul modern al sistemului "ambiantei".

2° Prezenta întotdeauna *depasita* a Naturii (la un mod mult mai coerent si exhaustiv decît în toate culturile anterioare") îi confera acestui sistem valoarea de model cultural, si de asemenea dinamismul obiectiv.

Prezenta mereu *dezmintita* a Naturii face însa ca aceasta sa fie un sistem de respingere, un gol si un alibi (chiar daca si acesta e mai coerent decît toate cele ce l-au precedat).

Pe de o parte organizare si calcul, pe de alta conotatie si refuz, avem de-a face cu o singura functie a semnului si cu aceeasi realitate: a lumii functionale.

ANEXA: LUMEA DOMESTICĂ sI AUTOMOBILUL

In esenta ei, analiza pe care am încercat-o se înscrie în cadrul mediului domestic, al casei. într-adevar, aproape întreaga suma a obiectelor noastre cotidiene se aduna în cîmpul locuintei. Cu toate acestea, sistemul nu se epuizeaza în interiorul casnic. Mai are si un element extern, care e una din dimensiunile lui importante: automobilul.

Obiect prin excelenta, datorita faptului ca rezuma toate aspectele analizei noastre: abstractizarea oricarei finalitati practice în viteza, prestigiul conotatiei formale, al

conotatiei tehnice, al diferentierii silite, al investirii pasionate si al proiectarii fantasmatice. Mai mult decît în alte dispozitive, în el putem descifra întîlnirea sistemului subiectiv al nevoilor cu sistemul obiectiv al productiei. Aspecte pe care, de altfel, le-am analizat deja. în cele ce urmeaza, dorim doar sa insistam asupra pozitiei automobilului în sistemul global.

îl regasim în complementaritate cu toate celelalte obiecte, dintre care **fiecare** nu apare, fata de el, decît ca obiect partial - nu numai pentru ca e mai putin complex, ci pentru ca nici unul nu ocupa în sistem, de unul singur, o pozitie specifica. Doar sfera casnica, în ansamblu (mobile, aparate, gadgeturi etc), stnicturata de marea opozitie aranjare/ambianta, are. în relativa ei coerenta, o valoare pozitionala egala cu cea a automobilului. Pe planul trait, sfera domestica, cu obligatiile, functiile si raporturile ei numeroase, e desigur mai ampla decît "sfera" conduitelor fata de automobil. Pe planul sistemului însa, trebuie sa admitem ca, în zilele noastre, ea nu mai constituie decît unul din polii binari ai sistemului global, celalalt fiind tocmai automobilul.

Rezumînd opozitiile si semnificatiile latente ale interiorului domestic, automobilul îi adauga acestuia o dimensiune de putere si o transcendenta care-i lipsea, fara a pune însa niciodata sistemul sub semnul întrebarii: viata zilnica particulara primeste, prin masina, dimensiunile unei lumi, fara a înceta totusi de a fi ceea ce este. în acest fel, sistemul se satureaza, fara a se depasi.

Deplasarea e o nevoie, iar viteza o placere. Posedarea unei masini e o placere si mai mare: e un fel de brevet de cetatenie. Permisul de conducere e un fel de scrisoare de credit a unei aristocratii în miscare al carei titlu de glorie e comprimarea si viteza tot mai mare. Retragerea permisului nu e oaie, în zilele noastre, o adevarata excomunicare, un semn de castrare sociala?

Fara a merge pîna acolo încît sa vedem în automobil versiunea moderna a vechiului mit al contraiiilor cu privire la fuziunea inteligentei umane si a foitei animale[3], putem admite ca masina e un obiect sublim. Ea deschide un fel de paranteza absoluta în lumea celorlalte obiecte cotidiene. Materia pe care o transforma, spatiul-timp, e una ce nu poate fi comparata cu vreo alta.

Iar sinteza dinamica a ei, pe care masina o realizeaza în viteza, e si ea radical diferita de orice functie obisnuita. Miscarea aduce ea însasi un fel de fericire, dar euforia

mecanica a vitezei e altceva: în imaginarul nostru, ea se întemeiaza pe miracolul deplasarii. Mobilitatea lipsita de efort constituie o fericire ideala, o suspendate a existentei si o stare de iresponsabilitate. Integrînd spatiul-timp, viteza are drept efect faptul ca readuce lumea la doua dimensiuni, la o imagine, scutind-o de relief si de devenire si facînd din ea o sublima nemiscare si un obiect de contemplare. "Miscarea, spune Schelling, e doar cautarea repausului". Dincolo de 100 km/ora, avem presimtirea vesniciei (sau poate a nevrozei). Aceasta stare de siguranta, dincolo de lume sau dincoace de ea, e hrana euforiei automobilistice, ce nu are nimic dintr-un tonus activ: ea e o satisfactie pasiva, al carei decor însa se schimba fara încetare.

Aceasta "euforie dinamica" apare ca o antiteza a bucuriilor statice si imobiliare din familie, si de asemenea ca o paranteza în realitatea sociala. *Joii Mai* ne propunea în acest sens confidenta unui om, dintre milioane de atîtia altii, pentru care masina e un*no man's land** între locul de munca si casa familiala, un vector vid de simplu transport: "Nu mai am clipe placute, decalara el. decît pe drumul de la birou la mine acasa. Merg, merg într-una. Dar mai e ceva: astazi nu sînt prea fericit, circulatia e prea mare." si astfel, masina nu numai ca se opune casei, într-un decor cotidian dedublat: ea e si locuinta, exceptionala: o sfera de intimitate închisa, însa eliberata de constrîngerile obisnuite ale intimitatii, înzestrata cu o libertate formala puternica si cu o functionalitate ametitoare. Intimitatea caminului e una a involutiei în relatii domestice si în obisnuinte; cea a automobilului e una a metabolismului accelerat al timpului si spatiului. Masina e de asemenea spatiul mereu posibil al *accidentului,* în care intimitatea cu noi însine si libertatea formala care nu e nicaieri atît de frumoasa ca-n moarte culmineaza în hazard, într-o sansa care uneori nu se realizeaza niciodata, dar care întotdeauna e imaginata si asumata involuntar, cu anticipatie. S-a realizat un compromis extraordinar sîntem la noi acasa, si totodata tot mai departe de casa. Masina apare astfel ca centru al unei noi subiectivitati, a carei circumferinta nu e nicaieri, în vreme ce subiectivitatea lumii domestice e circumscrisa.

Nici un obiect, nici un gadget sau aparat din viata cotidiana nu ofera o sublimare si o transfigurare de acest fel. Orice obiect functional comporta o supradeterminare de forta, care însa e minima în domeniul casnic sau imobiliar. De altfel chiar si casa, ca întreg, nu e un domeniu al valorificarilor, cu exceptia cazului în care se depaseste în mondenitate sau ca obiect de prestigiu. (Una dintre problemele esentiale ale cuplurilor e tocmai esecul frecvent al valorificarii reciproce.) Fata de sectorul "orizontal" al vietii cotidiene, domestice, masina si viteza reprezinta un fel de schema "verticala", o a treia dimensiune[4]. Dimensiune nobila, deoarece se îndeparteaza nu numai de constrîngerile organice ale existentei, ci si de cele sociale.

Daca viata domestica pare a se include asupra ei dincoace de societate, automobilul, cu functionalitatea lui pura, ce are aerai ca se leaga doar de stapînirea spatiului si a timpului, pare a-si desfasura puterea de seductie dincolo de societate. De fapt, în raport cu sfera sociala, caminul si masina participa la aceeasi abstractie *privata,* binomul lor articulîndu-se cu binomul munca / timp liber, ambele constituind ansamblul situatiei cotidiene.

Aceasta bipolaritate sistematica (masina, excentrica fata de camin dar totusi complementara cu el) tinde sa refaca repartizarea sociologica a rolurilor în functie de sex. într-adevar, masina ramîne deseori apanajul barbatului. ,,Tata are Peugeot-ul lui, mama îsi are lucrurile ei", scrie într-o reclama. Barbatul are masina, femeia mixer, rîsnita de cafea, robot culinar etc[5]. Universul familial e domeniul alimentelor si al aparatelor multifunctionale. Barbatul e însa rege în afara casei, într-o lume al carei semn eficace e masina: el nu apare în imagini. O aceeasi opozitie se manifesta asadar pe doua planuri: al obiectelor si al rolurilor (în cazul nostru - lucra semnificativ - în cadrai aceluiasi univers Peugeot).

întîlnire care, fara îndoiala, nu e fntîmplatoare. Ea reia, într-adevar, determinari psiho-sexuale adînci.

Am vazut în ce fel viteza e, în acelasi timp, transcendenta si intimitate, în ea, stapînirea spatiului ca semn abstract al lumii reale si exercitarea puterii e o proiectare narcisista. Sa ne gîndim la valoarea "erotica" a automobilului sau a vitezei: înlaturînd tabu-uri sociale, si de asemenea raspunderea imediata, mobilitatea masinii face sa piara un întreg sistem de rezistente fata de noi însine si fata de altii: tonus, brio. îndrazneala, exaltare - toate sînt datorate gratuitatii situatiei celui din automobil. Pe de alta parte, ea favorizeaza relatia erotica prin intermediul unei duble proiectii narcisiste în acelasi obiect falie (masina) sau în aceeasi functie falica obiectiva (viteza). Erotismul automobilului nu se bazeaza prin urmare pe o a-**propiere** sexuala activa, ci pe seductia narcisista pasiva a fiecaruia dintre parteneri, si pe o comuniune narcisista într-un obiect identic[6]. Valoarea erotica joaca aici rolul pe care imaginea (reala sau psihica) îl are în masturbare.

în acest sens, asimilarea automobilului cu femeia e un lucru fals[7]. Daca întreaga publicitate vorbeste despre masina ca despre o femeie: ,,e supla, de calitate aleasa, confortabila, practica, ascultatoare, pasionata" etc, faptul e datorat feminizarii generale a obiectelor în lumea publicitatii, femeia-obiect fiind schema de convingere si mitologia sociala cea mai eficace. Toate obiectele, prin urmare si masina, devin femei - pentru a fi cumparate. Dar în aceasta avem doar efectul unui sistem cultural. Devenirea fantasmatica a masinii e de alt ordin. Dupa folosire, dar si dupa caracteristici (de la decapotabilele de curse la limuzina moale), masina se preteaza unei investitii ca obiect al puterii, ca si uneia ca obiect de refugiu - dupa cum e privita: ca proiectil sau ca adapost. în adîncul ei însa,

asemenea oricarui obiect functional, mecanic, masina e traita în primul rînd - de toata lumea:

barbati, femei, copii - ca falus, obiect de manipulare, de grija si de fascinatie. Proiectie falica si narcisista totodata, forta imobilizata de propria-i imagine. în ce priveste aripa de masina, am aratat în ce fel formele însesi conoteaza acest discurs inconstient.

' Cultura si natura nu se opun aici, într-adevar, decît formal, schimbîndu-si locurile la nivelul semnului: în conceptele de "naturalitate" si "culturalitate" sufixele sînt**hotarîtoarc.** Vom regasi sufixul în cauza pretutindeni: fine-finalitate, functie-functionali-tate; mai recent istorie-istorialitate, persoana-personalitate (personalizare) etc. - în dorinta de a arata mereu trecerea la sensul abstract, secund, la nivelul semnului si de a semnifica, prin aceasta, o importanta esentiala în analizele oricarei sistematici, si în mod deosebit în cele ale structurilor de conotatie.

[2] Aceasta fiindca cultura n-a fost niciodata altceva. Pentru întîia oara însa, astazi avem, la nivelul cotidian, premisele unui sistem în masura sa asume, în abstractia lui, toate determinarile obiectelor, prin urmare sa mearga foarte departe în autonomia lui interna, ba cliiar sa ajunga (ca la propria-i finalitate) la o sincronie desavîrsita între om si ambianta, prin reducerea celor doua la semne si elemente simple.

Asupra mitologiei centaurului si a fantasmelor proiectate în cal si în automobil v.*Colectia.* * *Noman's land*(engl.): teritoriu gol, tara a nimanui.

[4] De unde repulsia bine cunoscuta a utilizatorului obisnuit fata de securitatea în automobil (centurile etc). Securitatea e "acasa", iar masina e, în acest sens, altceva: contrariul casei.

[5] Trebuie sa recunoastem ca apropierea dintre barbat si masina, ca si cea dintre femeie si casa, tinde sa se atenueze, cel putin în fapt daca nu la nivelul reprezentarilor.

[6] Relatia de complicitate narcisista prin intermediul unui obiect sau al unui sistem de obiecte a fost întrevazuta recent, în ceea ce priveste cuplul, de Georges Perec, în romanul *Les Choses* (1965). în el vedea aspectul modern al vietii în comun: totul tinde la a face din obiecte punctul de pornire a relatiilor, si din relatie (sexuala, conjugala, familiala, microsociala) un cadm al consumului de obiecte.

[7] în functie de limba, masina e cînd de genul masculin, cînd feminin.

B. SISTEMUL NEFUNCȚIONAL SAU DISCURSUL SUBIECTIV

I. OBIECTUL MARGINAL: OBIECTUL VECHI

O întreaga categorie de obiecte pare sa iasa din sistemul pe care tocmai l-am analizat: cele deosebite, baroce, folclorice, exotice, vechi. Par a contrazice exigentele calculului functional, raspunzînd unei alte vocatii: de marturie, de reamintire, de nostalgie sau de evadare. Am putea fi tentati sa vedem în ele o ramasita a ordinei traditionale si simbolice. Aceste obiecte însa, cît ar fi de diferite, fac si ele parte din modernitate, tragîndu-si dublul lor sens tocmai din ea.

VALOAREA LUI DE AMBIANȚĂ: ISTORIALITATEA

La drept vorbind, aceste obiecte nu sînt un accident al sistemului: *functionalitatea obiectelor modeme devine istorialitate a obiectului vechi* (sau marginalitate a obiectului baroc, sau exotism al celui primitiv), *fara ca prin aceasta sa aiba o functie sistematica de semn.* De fapt, tocmai cono-tatia "naturala" si "naturalitatea" culmineaza în semnele sistemelor culturale anterioare. Bricheta pe care am descris-o era deja mitologica prin referirea la mare, dar mai servea la ceva; prin referirea la trecut, obiectele vechi sînt însa pur mitologice. Nu mai au incidenta practica, aparînd în fata noastra doar pentru a semnifica. Smt astructurale si neaga structura, fiind punctul limita în care functiile primare sînt anulate. Cu toate acestea, nu sînt afunctionale, si nici doar "decorative": ele au, în cadrul sistemului, o functie specifica: semnifica timpul[1].

Sistemul ambiantei e un sistem de extensie, dar nazuieste sa fie total, sa recupereze întreaga existenta, prin urmare si dimensiunea fundamentala a timpului. Desigur, în obiectul vechi nu e reluat timpul real[2], ci semnele si indicii cultuiali ai timpului, Prezenta alegorica a acestora nu contrazice prin urmare organizarea generala: totul se împlineste în ele, natura ca si timpul, si nimic nu li se poate sustrage. Daca însa natura se lasa abstractizata si sistematizata cu usurinta, timpul e într-o situatie diferita. Contradictia vie pe care o poarta în el se integreaza cu greutate în logica unui sistem. Tocmai aceasta slabiciune ,,cronica" poate fi sesizata în conotatia spectaculara a obiectului vechi. în vreme ce conotatia naturala e în stare sa se faca subtila, conotatia "istorica" sare mereu în ochi. Obiectul vechi pare ca vrea sa fie dintotdeauna o tapiserie. Oricît ar fi de frumos, ramîne "excentric" . si oricît ar fi de autentic, are un aer oarecum fals. Putem chiar spune ca e astfel *în masura în care încearca sa treaca drept autentic într-un sistem al carui temei nu e cîtusi de putin autenticitatea, ci relatia calculata si abstractia semnului.*

Valoarea lui simbolica: mitul originii

Prin urmare, exista un statut aparte al obiectului vechi. în masura în care se manifesta pentru a face sa dispara timpul în ambianta si în care e trait ca semn, el nu e diferit de nici un alt element, fiind relativ la toate celelalte[3]. Dimpotriva însa, în masura în care e mai putin legat de celelalte obiecte, si în care se prezinta ca o totalitate sau ca o prezenta autentica, are-un statut psihologic special. E trait în alt fel. Nefiind de folos la nimic, serveste totusi la ceva, în adîncimea lui. De unde rasare, oare, aceasta motivare tenace spre cele vechi, spre mobila din alte vremuri, spre autentic, spre obiectul "de stil", rustic, artizanal, spre lucrurile confectionate manual, spre vasele indigene, spre folclor etc? De unde vine ciudatul fenomen de aculturare care-i duce pe oamenii civilizati spre semne excentrice, în timp si spatiu, propriului lor sistem cultural, spre semne mereu anterioare - fenomen invers celui ce-i împinge pe "subdezvoltati" spre produsele si semnele tehnice ale societatilor industriale?

Exigenta careia îi raspund obiectele vechi[4] e una a fiintei definitive, împlinite. Timpul obiectului mitologic e perfectul: timpul lucrurilor ce se petrec în prezent ca si ceva ce a avut loc cîndva, si care tocmai prin aceasta se întemeiaza, ca "autentice", în ele însele. In sensul tare al cuvîntului, obiectul vechi e mereu un "portret" de familie. Sub forma concreta a unui obiect avem de-a face cu fixarea în memorie a unei fiinte anterioare - proces ce echivaleaza, în ordinea imaginara, cu o elidare a timpului. Tocmai aceasta le lipseste, evident, obiectelor functionale, care exista doar în actualitate, la indicativ sau la imperativul practic, epuizîndu-se în folosire fara a fi fiintat niciodata si care, daca asigura cum pot un mediu înconjurator în spatiu, nu-l asigura însa în timp. Obiectul functional e eficace, cel mitologic e împlinit. El semnifica evenimentul încheiat, nastereа**lucrurilor.** Nu sînt cel ce exista acum, iata marea mea spaima; sînt cel ce a existat cîndva, urmînd firul unei nasteri inversate, al carei semn e obiectul din fata mea, ce se pierde în timp plecînd din prezent, prin regresiune[5]. Obiectul vechi apare astfel ca mit al originii.

"AUTENTICITATEA"

în cele ce urmeaza, vom apropia gustul pentru lucrurile vechi de pasiunea colectiei[6]. între cele doua exista afinitati adînci: regresiunea narcisista, sistemul elidarii timpului, stapînirea imaginara a nasterii si a **mortii.** Cu toate acestea, trebuie sa distingem, în mitologia obiectului vechi, doua aspecte: nostalgia originilor si obsesia autenticitatii. Ambele par a decurge din reamintirea mitica a nasterii pe care, în închiderea sa temporala, o constituie obiectul vechi: a ne fi nascut implica faptul de a fi avut un tata si o mama. Involutia spre origini e, evident, o regresiune spre mama: cu cît obiectele sînt mai vechi, cu atît mai mult ne apropie de o era anterioara, de

"divinitate", de natura, de cunostintele primitive etc. Acest gen de mistica exista deja, arata Maurice Rheims, în Evul Mediu timpuriu: un bronz sau o gema greaca acoperite de semne pagîne primesc, în ochii crestinilor din secolul al DC-lea, virtuti magice. Vorbind strict, exigenta de autenticitate, ce se traduce printr-o obsesie a certitudinii, e altceva: ea priveste originea operei, data si autorul ei, semnatura de pe ea. Simplul fapt ca un obiect a apartinut cuiva celebru sau puternic îi confera valoare. Fascinatia obiectului artizanal vine din faptul ca a trecut prin mîna cuiva, a carui munca e înscrisa înca în el: fascinatie a lucrului *creat* (si care, din acest motiv, e unic, deoarece *clipa*crearii e ireversibila). Or, cautarea *urmei creatoare,* începînd cu amprenta reala si ajungînd la semnatura, e si una a filiatiei si a transcendentei paterne. Autenticitatea vine mereu de la un tata, care e, întotdeauna, izvorul valorii. Iar obiectul vechi trezeste în imaginatie tocmai aceasta filiatie sublima, odata cu involutia spre sînul matern.

SINDROMUL NEO-CULTURAL: RESTAURAREA

Cautarea autenticitatii (= a-ti avea temeiul în tine însuti) e prin urmare cautarea unui*alibi* (= a fi altundeva). Vom limpezi aceste doua notiuni cu un exemplu de restaurare nostalgica foarte bine cunoscut: "Cum sa ne reparam ruinele".

Iata cum procedeaza un arhitect cu o veche ferma din Ile-de-France: "Peretii, deoarece au putrezit din lipsa fundatiei, au fost darîmati. Partea vechiului hambar care era situata spre nord a fost data la o parte pentru a lasa loc liber unei terase... Cei trei pereti grosi au fost, desigur, reînaltari. Etanseitatea a fost asigurata de un spatiu gol de 0,70 m, sub dala gudronata, de-a lungul planseului... Nici scara si nici caminul nu au existat în vechea constructie... Lespezi din piatra de Marsilia, dale de Clamart, tigle din Burgundia, garaj în gradina, mari usi-ferestre... Bucataria e moderna în întregime, ca si baia etc." Dar: "Paianta, care era în stare buna, a fost reutilizata în noua constructie"; de asemenea, "cadrul din piatra al usii de la intrare a fost ferit cu grija cînd restul era distrus; tiglele si pietrele au fost refolosite" *(La Maison Francaise,* mai 1963). într-adevar, putem vedea în niste fotografii ce a mai ramas din vechea forma dupa "auscultarea de catre arhitect" si dupa "optiunile lui categorice": trei bîrne si doua pietre. Pe aceste pietre însa ne vom putea construi viitoarea casa la tara. Iar în pietrele portalului, simbolic inaugurale, sta, ca valoare, întregul edificiu. Tocmai ele scuza toate compromisurile pe care modernitatea le face, în cazul an-samblului nostru, cu natura, avînd totusi o intentie nevinovata: cresterea confortului. Devenit stapîn de ferma, arhitectul a construit de fapt casa moderna pe care si-o dorea; dar modernitatea nu e de ajuns pentru a o pune în valoare si pentru a face din ea o "locuinta": mai e nevoie de ceva viu. Asa cum o biserica nu e cu adevarat sfintita decît

daca în ea sînt aduse niste oseminte sau moaste, arhitectul nu se va simti la el acasa (în sensul puternic

al cuvîntului: nu va putea sa scape de un fel de spaima) decît daca va percepe undeva, în peretii lui noi-nouti, prezenta infima, însa sublima, a unei pietre ce aduce marturia generatiilor trecute. Piatra fara care încalzirea cu pacura si garajul (deasupra caruia a asezat o gradina alpina) nu ar fi, vai, decît ceea ce sînt: triste nevoi ale confortului. Nu numai amenajarea functionala a salvata de autenticitatea acestor pietre, ci, într-o anumita masura, chiar si exotismul cultural al decorului secundai" (desi acesta e "de foarte prost gust si nu pare deloc rustic"): lampi de culoare opalina, fotolii de rogojina, fotolii dalmate "ce erau atîrnate, cîndva, de o parte si de alta a spinarii magarului", oglinzi romantice etc. sireteniile relei constiinte culturale sfîrsesc prin a ajunge la un paradox straniu: în vreme ce garajul se ascunde sub o falsa gradina alpina, vasul cu jaratec pentru încalzirea patului, accesoriu pur rustic, e pastrat "nu pentru decor, ci pentru a ne servi de el"! "Va fi folosit iarna!" în primul caz, materialitatea practica a fost disimulata, în cel de-al doilea esenta practica a fost reintrodusa printr-o acrobatie, deoarece într-o casa încalzita cu pacura vasul cu jaratec e perfect inutil. Tocmai de aceea nu mai e, de fapt, unul adevarat, ci un simplu semn cultural; acest vas cultural si nejustificat devine imaginea absolut fidela a întregii zadarnicii a casei ca

întreprindere de recuperare a starii naturale - si de asemenea o fidela imagine a arhitectului însusi, care nu are nimic de facut în ea, deoarece existenta sociala reala a lui se desfasoara altundeva, *fiinta* lui însasi aflîndu-se în alt loc, iar natura nefiind pentru el decît un lux cultural. Daca ne-o putem oferi nu e nimic nefiresc, dai" el priveste lucrurile altfel: cum vasul cu jaratec nu foloseste la nimic, e un semn al bogatiei, tinînd prin urmare de domeniul averii si al prestigiului, nu de cel al fiintei. Vom spune prin uimare ca serveste la ceva, iar obiectele cu adevarat utile, precum cazanul cu pacura sau garajul vor fi camuflate cu grija, ca un viciu de neînlaturat în sînul naturii. Vasul e, astfel, propriu-zis mitologic, ca si întreaga casa, chiar daca pe un plan diferit ea e absolut reala si functionala, deoarece raspunde unei dorinte foarte precise de confort si aer curat. Daca în loc sa rada din temelii vechea locuinta si sa construiasca mai apoi în functie de confortul dorit arliitectul a tinut sa salveze piatra si bîrna, e din cauza ca traia ca inautentica functionalitatea rafinata si impecabila a casei lui de tara, care nu-l multumea în mod profund.

Omul nu e "acasa" în mediul functional, si are nevoie de un fel de aschie din Crucea adevarata care a sfintit biserici ca de un talisman sau un fragment de realitate absoluta, aflat în inima realitatii si prins în ea ca sa o justifice. Tocmai acesta e rolul obiectului vechi, care primeste întotdeauna, în sînul mediului ce-l înconjoara, o valoare de embrion, de celula-mama. Prin el, fiinta dispersata se identifica cu situatia originara si ideala a embrionului: involutie spre

starea microcosmica si centrala a fiintei de dinainte de nastere. Astfel de obiecte, fetisizate, nu sînt doar accesorii, si nici simple semne culturale printre alte semne: ele simbolizeaza o transcendenta interioara, fantasma inimii unei realitati din care-si trage puterile orice

constiinta individuala - fantasma proiectarii unui detaliu echivalent al eului, în jurul caruia se organizeaza tot restul lumii. Fantasma sublima a autenticitatii, care se rezolva dincoace de realitate *(subliniind)*. Asemenea relicvelor[7], a caror functie o secularizeaza, obiectul vechi reorganizeaza lumea într-o constelatie, în contrast cu organizarea functionala în extensie; el vizeaza si pastrarea irealitatii adînci si esentiale a focului interior, ferind-o de lumea din afara.

Simbolizînd schema de înscriere a valorii într-un cerc închis si într-un timp perfect, obiectul mitologic nu încarneaza un discurs tinut în fata altora, ci unul îndreptat spre sine. Insule sau legende, aceste obiecte ne trimit la o copilarie dinaintea timpului, sau chiar la o anterioritate si mai adînca: a pre-nasterii, în care subiectivitatea pura se preschimba, liber, în ambianta, si în care ambianta nu a fost altceva decît discursul perfect al fiintei în fata ei însasi.

SINCRONIE, DIACRONIE, ANACRONE

In mediul domestic, aceste obiecte formeaza o sfera si mai intima înca: ele sînt mai putin obiecte pe care le posedam cît obiecte ce intermediaza în favoarea noastra, precum stramosii, care sînt tot ce poate fi mai legat de viata noastra privata. Ne fac sa evadam din viata cotidiana, iar evadarea nu e niciunde asa de radicala ca în timp[8], si nici asa de adînca ca în propria noastra copilarie. Poate ca ceva din aceasta evadare metaforica exista în orice sentiment estetic, însa opera de arta ca atare cere o descifrare rationala: obiectul vechi nu are exigente de acest soi; el e un fel de "legenda", deoarece e desemnat, în primul rînd, de coeficientul lui mitic si de autenticitate. Epoci, stiluri, modele sau serii, faptul ca e sau nu pretios, adevarat sau fals, nimic nu schimba specificitatea lui traita: nu e nici adevarat si nici fals, ci "perfect" - nici interior si nici exterior, e doar un "alibi" -, nici sincronic si nici diacronic (nu se însereaza nici într-o structura ambientala, si nici într-una temporala), e *anacronic.*Raportat la cel care-l poseda, nu e nici atributul lui "a fi" si nici obiectul lui "a avea"; tine mai curînd de categoria gramaticala a obiectului intern, ce declina aproape tautologic substanta verbului.

Obiectul functional e absenta fiintei. Prin el, realitatea opreste regresiunea spre acea dimensiune "perfecta" din care, pentru a fi, lucrurile trebuie doar sa iasa. Tocmai de aceea pare atît de sarac: din cauza ca, oricare i-ar fi pretul, calitatile, renumele, este si ramîne o configuratie ce atesta pierderea imaginii Tatalui si Mamei. Bogat ca functionalitate si cu putere saraca de a semnifica, trimite la

actualitate si se epuizeaza în cotidian. Obiectul mitologic, cu toate functionalitatea lui minima si puterea lui maxima de semnificare, trimite la ancestralitate, sau chiar la anterioritatea absoluta a naturii. Pe planul trairii, aceste fapte contradictorii coexista în interiorul aceluiasi sistem, fiind complementare. Tocmai de aceea, arhitectul nostru poate avea si încalzire cu pacura si vas cu jaratec taranesc. La altcineva vor coexista aceeasi carte în format de buzunar si într-o editie rara si veche,

masina de spalat electrica si centrifuga pentru lenjerie, dulapiorul functional îngropat în perete su cufarul spaniol ce iese în evidenta[9]: complementaritatea ilustrata, la limita, de proprietatea dubla, acum foarte obisnuita: un apartament în oras si o casa la tara .

Acest duel al obiectelor e, de fapt, un duel în interiorul constiintei: el pune în lumina o slabiciune, precum si încercarea de a o corecta la modul regresiv. într-o civilizatie în care *sincronia* si *diacronia* tind sa organizeze un control sistematic si exclusiv al realitatii, apare atît la nivelul obiectelor cît si la acela al comportamentelor si structurilor sociale o a treia dimensiune: a *anacroniei.* Confirmînd esecul relativ al sistemului, aceasta dimensiune regresiva îsi gaseste totusi refugiu în sistem, caruia, în mod paradoxal, îi permite sa functioneze.

PROIECȚIA INVERSĂ: OBIECTUL TEHNIC LA "PRIMITIVI"

Coexistenta echivoca a modemului functional si a "decorului" vechi nu apare, evident, decît la un anumit stadiu de dezvoltare economica, de productie industriala si de saturare practica a mediului înconjurator. Straturile sociale mai putin favorizate (tarani, muncitori), ca si "primitivii", nu au ce sa faca cu lucruri vechi si aspira la obiecte functionale. Cu toate acestea, cele doua demersuri au un oarecare raport între ele: cînd "salbaticul" se repede asupra unui ceas sau a unui stilou, pentru simplul motiv ca e vorba de un obiect "occidental", sesizam un fel de absurditate comica: el nu-i da obiectului în cauza un sens, ci si-l însuseste cu mare lacomie: relatie infantila si fantasma a puterii. Obiectul nu mai are functie, ci o vortute: e un semn. Dar oare nu acelasi proces de aculturaie impulsiva si de însusire magica îi împinge pe "civilizati" în padurile secolului al XVI-lea sau spre icoane? Ambii, "salbaticul" si "civilizatul", capteaza sub forma de obiecte o "virtute", unul avînd cautiunea modernitatii tehnice, celalalt a ances-tralitatii. Aceasta "virtute" nu e, totusi, aceeasi, într-un caz si în altul. La "subdezvoltat" avem imaginea Tatalui ca *Putere* (în speta ca putere coloniala[11]). La "civilizatul" nostalgic, avem imaginea Tatalui ca *nastere* si valoare. în primul caz, un mit proiectiv, în al doilea - involuntiv. Mit al puterii, mit al originii: ceea ce-i lipseste omului e dintotdeauna investit în obiect - la "subdezvoltat",

în obiectul tehnic e fetisizata puterea, la "civilizatul" tehnic e fetisizata, în obiectul mitologic, nasterea si autenticitatea.

Acestea fiind stabilite, fetisismul e unul si acelasi: la limita, orice obiect vechi e frumos*pur si simplu pentru ca a supravietuit, devenind astfel semnul unei vieti anterioare.*Ceea ce ne face sa juxtapunem obiectelor functionale, semne ale puterii noastre actuale, obiecte mitologice, semne ale unei dominatii anterioaie, e curiozitatea anxioasa fata de propria noastra origine. Caci vrem, în acelasi timp, sa nu venim decît din noi însine, si de asemenea din altcineva: sa urmam dupa un Tata si sa ne tragem dintr-un Tata. Omul nu va putea sa aleaga poate niciodata între proiectul prometeic

de reorganizare a lumii si de substituire în locul Tatalui, si proiectul ce ne face sa coborâm, prin filiatie, dintr-o fiinta originara. Chiar si obiectele fac vizibila aceasta ambiguitate de nerezolvat. Unele sînt o mediere a prezentului, altele a trecutului, si valoarea celor din urma se traduce prin absenta. Obiectele vechi sînt, într-un fel, precedate de o particula, iar- nobletea lor ereditara compenseaza desuetudinea precoce a celor moderne. Cîndva, batrînii erau frumosi pentru ca erau "mai apropiati de Dumnezeu" si aveau o experienta mai bogata. în zilele noastre, civilizatia tehnica neaga întelepciunea batrînilor, înclinîndu-se cu toate acestea în fata densitatii lucrurilor vechi, singurele cu o valoare sigura, încinsa în ele.

PIAȚA LUCRURILOR VECHI

Vance Packard descrie în *Les Objects du standing* mai mult decît un simplu prarit: persoanele sic din Boston, ce-si pun ferestre cu sticla veche, în reflexe: „Defectele acestor bucati de sticla sînt foarte apreciate, deoarece materialul provine dintr-o încarcatura de calitate inferioara expediata în America de sticlarii englezi acum mai bine de trei secole" (p.67). Sau, "cînd un cetatean care locuieste la periferia unui oras aspira sa patrunda în clasa medie superioara, cumpara antichitati, simbol al unei pozitii sociale pe care averea lui recenta o face acum posibila" (p.67). Caci, în sfîrsit, prestigiul social poate sa se exprime în mii de feluri (masina, vila moderna etc). De ce, atunci, preferam sa-l semnificam prin trecut?[12] Orice valoare

dobîndita tinde sa se transforme în valoare ereditara, într-un har primit. Cum însa sîngele, nasterea si titlurile si-au pierdut din valoarea ideologica, ramîne ca semnele lor materiale sa semnifice transcendenta: piese de mobilier, obiecte, bijuterii, opere de arta din orice loc si de oricînd. în numele lor, o întreaga padure de semne si de idoli "de referinta" (autentice sau nu, conteaza prea putin), o întreaga vegetatie magica de mobile adevarate sau false, de manuscrise si de icoane invadeaza piata. în totalitatea lui, trecutul revine în circuitul consumului. Uneori cliiar sub forma pietei negre. Noile Hebride, Spania romanica si tîrguiile de vecliituri nu mai sînt de ajuns pentni a alimenta pofta primitivista si nostalgica pe care o tradeaza interioarele burgheze ale lumii occidentale. Tot mai multe statui ale Fecioarei sau ale sfintilor, tot mai multe tablouri dispar din muzee si din biserici. Sînt cumparate la negru de proprietari bogati ai unor rezidente prea noi pentru adîncul lor nesat. în sfîrsit, iata un paradox cultural, dar un adevar economic: doar imitatia frauduloasa mai poate satisface aceasta sete de "autenticitate".

NEO-IMPERIALISMUL CULTURAL

De fapt, un acelasi imperialism supune natura prin obiecte tehnice si domesticeste culturile prin obiecte vechi. Un acelasi imperialism, dezvoltat în decorai privat, aduna în jurai lui un mediu domesticit functional si

semnele îmblînzite ale trecutului: obiecte-stramosi de esenta sacra însa desacralizate, a caror sacralitate (sau istorialitate) vrea sa transpara într-o intimitate lipsita de istorie.

si astfel trecutul, în integralitatea lui, ca inventai" al formelor de consum, vine sa se adauge inventarului formelor actuale, constituind astfel un fel de sfera transcendenta a modei.

[1] Ne limitam analiza la obiectul "vechi", deoarece e exemplul cel mai limpede de obiect "nesistematic". E evident însa ca ea ar putea fi desfasurata, pe aceleasi baze, plecînd si de la alte sub-categorii de obiecte marginale.

[2] Tot asa cum naturalitatea e, de fapt, refuzul naturii, istorialitatea e refuzul istoriei prin exaltarea semnelor acesteia - o prezenta respinsa a istoriei.

[3] De fapt, obiectul vechi se integreaza cu totul în structurile de ambianta, deoarece acolo unde e prezent e trait fara exceptie ca unul "cald", în opozitie cu mediul înconjurator modern, care e "rece".

[4] si de asemenea, o reamintim, obiectele exotice, prin extensie: dezradacinarea si diferenta de latitudine echivaleaza oricum, pentru omul modem, cu o cufundare în trecut (exemplu: turismul). Obiecte facute de mîna, indigene; jucarioare de pretutindeni - ceea ce fascineaza e

mai putin multiplicitatea pitoreasca a acestora cît anterioritatea formelor si modalitatilor de fabricare, aluzia la o lume anterioara, regasita în universul copilariei si . al jucariilor.

[5] Doua miscari inverse: în masura în care se integreaza în sistemul cultural *actual,* obiectul vechi *semnifica* în prezent, din profunzimea trecutului, *dimensiunea de vid a timpului.* Ca regresiune individuala, el exprima dimpotriva miscarea prezentului spre trecut, pentru a proiecta în ultimul dimensiunea de vid a fiintei.

[6] V. mai departe, *Colectia.*

[7] Relicva semnifica posibilitatea de a închide persoana divina sau sufletul mortilor într-un obiect. Iar relicva fara racla nu exista. Valoarea "aluneca" de la relicva la racla, care e de aur si afiseaza clar valoarea autenticului, devenind astfel mai eficace din punct de vedere simbolic.

[8] Deplasarea turistica se dubleaza astfel întotdeauna cu cautarea timpului pierdut.

[9] Nu cautati corelatii de la termen la termen: decuparea cîmpului functional al obiectelor modeme e diferit de cel al obiectelor vechi. De altfel, functia celor din urma nu mai are semnificatie, în acest caz, decît de functie abolita.

[10] Aceasta dedublare a vechiului camin unic în rezidenta principala si secundara, în habitat functional si "naturalizat" e desigur ilustrarea cea mai limpede a procesului sistematic: sistemul se dedubleaza pentni a se echilibra în termeni formal contradictorii, însa de fapt complementari. Lucru ce acopera ansamblul vietii cotidiene, în structura munca/timp liber, în care timpul liber nu e cîtusi de putin o depasire, si nici o iesire din viata activa: un cotidian unic se dedubleaza, pentru a putea sa se instituie ca sistem coerent si definitiv, dincolo de contradictiile reale. Procesul e, desigur, mai putin vizibil la nivelul obiectelor izolate, dar ceea ce trebuie retinut e ca fiecare obiect-functie e succeptibil de dedublare *si de a se opune astfel formal lui însusi, pentru a se integra mai bine ansamblului.*

[11] si pentru copil, obiectele ambiante provin, în primul rînd, de la tata (iar la vîrsta mica de la mama falica). însusirea obiectelor e însusirea puterii tatalui (R. Barthes arata acest lucru cu exemplul automobilului, în *Rtalites,* oct. 1963), Practicile infantile urmeaza procesul de identificare cu tatal, cu toate conflictele ce decurg din ea: e mereu ambigua si marcata de agresivitate.

[12] O facem tot mai insistent, pe masura ce ne ridicam pe scara sociala, dar cu toate acestea foarte repede daca plecam de la un anumit nivel si de la o "aculturare urbana" minima.

II. SISTEMUL MARGINAL: COLECȚIA

Printre alte acceptii ale obiectului, Littre o da pe aceasta: "Tot ce e cauza, subiectul unei pasiuni. La modul figurat, si prin excelenta: obiectul iubit" .*

Vom admite ca obiectele cotidiene sînt într-adevar obiecte de pasiune: cea a proprietatii private, a carei investire afectiva nu da înapoi în fata pasiunilor umane; e o pasiune cotidiana, care adesea e mai puternica decît toate celelalte, si care uneori domina de una singura, în lipsa celorlalte. Pasiune temperata, difuza, regulatoare, al carei rol fundamental în echilibrul vital al subiectului si al grupului, ca si în hotarîrea de a trai îl masuram cu greu.în acest sens, obiectele sînt, la un moment dat, înca ceva profund legat de subiect, fie si dincolo de utilizarea de catre noi a lor: nu doar un trup material, rezistent, ci un orizont mental pe care sîntem stapîni, un lucru al canii sens sîntem noi însine, o proprietate, o pasiune.

OBIECTUL DESPĂRȚIT DEPROPRIA-I FUNCȚIE

Daca folosesc frigiderul în scopul de a raci, el e o mediere practica: nu e obiect ci frigider. în aceasta masura, nu îl posed. Posesia nu se refera niciodata la un ustensil, ci ma trimite la o lume, fiind întotdeauna posesie *a unui obiect despartit de propria-i functie si devenit relativ fata de un subiect.* La acest nivel, toate obiectele posedate participa la aceeasi *abstractie* si trimit unele la altele în masura în care nu trimit decît la subiect. si astfel se constituie într-un sistem prin care subiectul îmcearca sa reconstituie o lume, o totalitate privata.

Prin urmare, orice obiect are doua functii: de a fi utilizat si de a fi posedat. Prima se refera la cîmpul de totalizare practica a lumii de catre subiect, a doua la o întreprindere de totalizare abstracta a subiectului de catre el însusi, în afara lumii. Aceste functii sînt invers proportionale una cu cealalta. La limita, obiectul strict practic primeste un statut social: de dispozitiv masinal. La celalat pol, obiectul pur, lipsit de orice functie sau despartit de propria-i folosire, ia un statut strict subiectiv: devine obiect de colectie. înceteaza de a mai fi covor, masa, busola sau bibelou, devenind "obiect". Un "obiect frumos", va spune colectionarul, nu o statueta frumoasa. Cînd obiectul nu mai e specificat de functie, e calificat de subiect; atunci însa toate obiectele sînt echivalente prin posesie, care e un fel de abstractie pasionata. Unul nu mai e de ajuns: e nevoie de o succesiune, pîna la urma de o serie totala ce rezuma proiectul împlinit. Tocmai de aceea posedarea unui obiect, oricare ai- fi acesta, e întotdeauna motiv de multumire si de

deceptie laolalta: seria prelungeste posesia si o însufleteste. Cam acelasi lucru se întîmpla si pe plan sexual: daca relatia de dragoste vizeaza fiinta în singularitatea ei, posedarea, ca atare, nu se multumeste decît cu o succesiune de obiecte sau cu repetarea aceluiasi, ori cu presupunerea

posedarii tuturor. Doar o organizare mai mult sau mai putin complexa de obiecte ce trimit unul la celalalt îl constituie pe fiecare într-o abstractie suficienta pentru a putea fi recuperat de subiect în abstractia traita pe care o reprezinta sentimentul posesiei.

Aceasta organizare se numeste colectie. Mediul înconjurator obisnuit pastreaza un statut ambiguu: în el, functionalitatea se pierde neîncetat în subiectivitate, iar posesia se amesteca cu folosirea, într-o încercare - mereu blocata - de integrare totala. Dimpotriva, colectia ne poate servi ca model: în ea triumfa întreprinderea pasionata a posedarii, si tot în ea proza cotidiana a obiectelor devine poezie, discurs inconstient si triumfal.

/ OBIECTUL-PASIUNE

"Gustul colectiei, spune Maurice Rheims, e un fel de joc pasional" *(La Vie etrange des objets,* p.28). La copii, e modul cel mai rudimentar de stapînire a lumii exterioare: aranjare, clasificare, manevrare. Faza activa de colectionare pare a se situa între 7 si 12 ani, în perioada de latenta între prepubertate si pubertate. înclinatia de a colectiona tinde sa dispara odata cu explozia pubertara, reaparînd uneori imediat dupa ea. Mai tîrziu, cei care cedeaza cel mai adesea acestei pasiuni sînt oamenii de peste 40 de ani.. Pe scurt, legatura cu conjunctura sexuala e vizibila pretutindeni. Colectia apare ca o puternica compensatie în fazele critice ale evolutiei sexuale. Ea exclude întotdeauna sexualitatea genitala activa, fara însa a i se substitui pur si simplu. Fata de aceasta, ea constituie o regresie spre stadiul anal, ce se traduce prin conduite de acumulare, de ordine, de retinere agresiva etc. Conduita colectionarului nu e echivalenta cu o practica sexuala si nu vizeaza satisfactia pulsionala (precum fetisismul), dar poate atinge o satisfactie de reactie tot atît de intensa. în ea, obiectul primeste realmente sensul de obiect iubit. "Pasiunea obiectului ne face sa-l consideram ca pe ceva creat de Dumnezeu: un colectionar de oua din portelan gaseste ca Dumnezeu nu a creat niciodata o forma mai frumoasa si mai deosebita, si ca a conceput-o doar pentru bucuria colectionarilor..." (M. Rheims, p.33). "Sînt nebun dupa acest obiect", declara cu totii, chiar daca nu intervine perversiunea fetisista, si toti, fara exceptie, întretin în junii colectiei lor o atmosfera de clandestinitate, de secret si de minciuna ce are toate caracteristicile unei legaturi vinovate. Tocmai acest joc pasionat face sublimul conduitei regresive si justifica opinia conform careia orice individ care nu colectioneaza nimic e un cretin si o biata epava umana[1].

Colectionarul nu e sublim prin natura obiectelor colectionate (acestea variaza în functie de vîrsta, profesie, mediu social), ci prin fanatism. Fanatismul e identic la amatonil bogat de miniaturi persane si la colectionarul de cutii de chibrituri. în acest sens, distinctia dintre amator si colectionar (ultimul iubind obiectele în functie de succesiunea lor într-o serie, iar primul pentru farmecul lor divers si deosebit) nu e hotarîtoare. Placerea

unuia, ca si a celuilalt, vine din faptul ca posesia sa refera pe de o parte la singularitatea absoluta a fiecarui element, care face ca acesta sa fie echivalentul unei fiinte - în fapt al subiectului însusi -, pe de alta la posibilitatea seriei, prin urmare a substituirii nedefinite si a jocului. Chintesenta calitativa, manevrare cantitativa. Daca posedarea se realizeaza printr-o confuzie a simturilor (mîna, ochiul) si prin intimitatea cu un obiect privilegiat, ea se naste, în aceeasi masura, din cautare si ordonare, din jocul cu elementele si reunirea acestora. Mai precis, are un parfum de harem al carui farmec e cel al seriei în intimitate (un termen privilegiat existînd mereu) si al intimitatii în serie.

Stapîn al unui serai tainic, omul e, prin excelenta, stapîn al obiectelor. Niciodata relatia umana, care e cîmpul de desfasurare a lucrurilor unice si a conflictelor, nu permite fuzionarea singularitatii absolute si a seriei nedefinite; tocmai de aceea, e o vesnica sursa de spaima. Dimpotriva,

cîmpul obiectelor - termeni succesivi si omologi - e linistitor. Cu pretul unei îndrazneli ireale, al abstractizarii si regresiei, dar aceasta nu are nici o importanta. "Obiectul, spune M. Rlieims, e pentru om un fel de cîine nesimtitor, care se lasa mîngîiat si întoarce, în felul lui, mîngîierile primite, sau mai degraba le trimite ca o oglinda credincioasa nu spre imagini reale, ci spre imagini dorite" (p.50).

CEL MAI FRUMOS ANIMAL DOMESTIC

Imaginea cîinelui e potrivita: animalele de interior sînt o specie intermediara între fiinte si obiecte. Cîini, pisici, pasari, broaste testoase sau canari au o prezenta patetica ce indica esecul relatiei umane si recurgerea la un univers domestic narcisist, în care subiectivitatea se* împlineste în deplin calm. Sa retinem, în trecere, ca aceste animale nu sînt sexuate (uneori sînt castrate pentru scopul domestic); desi sînt vii, sînt tot atît de lipsite de sex ca si obiectele. Nu pot fi linistitoare afectiv decît cu acest pret: pot juca fata de proprietar rolul de regulator al fiicii de castrare tocmai prin propria lor castrare - reala sau simbolica, rol pe care-l joaca, eminamente, toate obiectele din jurul nostru. Caci obiectul e animalul domestic perfect. E singura "fiinta" ale carei calitati ne exalta personalitatea, în loc sa ne-o îngradeasca. La plural, obiectele sînt singurele existente a caror coexistenta e cu adevarat posibila, deoarece diferentele dintre ele nu le fac sa se ridice unul împotriva celuilalt, ca în cazul fiintelor vii, ci converg ascultator spre

noi adunîndu-se fara nici o greutate în constiinta noastra. Obiectul se lasa cel mai usor "personalizat" si contabilizat. Iar pentru contabilitatea subiectiva nu exista excludere: orice poate fi posedat, investit sau, în cazul colectiei, aranjat, clasificat, distribuit. în sensul strict, obiectul e prin urmare o oglinda: imaginile pe care le trimite se succed fara a se contrazice. si e o oglinda perfecta, deoarece nu trimite înapoi imagini reale, ci imagini dorite. Pe scurt, e ca un cîine din care nu a mai ramas decît fidelitatea. Iar

noi îl putem privi fara ca el sa ne priveasca. *Iata de ce investim în obiecte tot ce n-am putut investi în relatia umana.* si iata de ce omul regreseaza bucuros în ele, pentru "a se reculege" acolo. Sa nu ne lasam însa înselati de aceasta reculegere si de întreaga literatura duioasa despre obiectele neînsufletite. Reculegerea în cauza e o regresie, iar pasiunea - o fuga pasionata. Obiectele au, desigur, un rol regulator în viata cotidiana, si în ele dispar multe nevroze si se aduna multe tensiuni sau energii îndoliate - tocmai de aceea spunem ca au "suflet" si ca sînt "ale noastre" -, însa tot din acest motiv ele constituie decorul unei mitologii tenace, decorul ideal al unui echilibru nevrotic.

UN JOC SERIAL

Aceasta mediere e totusi saraca: cum poate fi ea acceptata de constiinta? Ei bine, îndrazneala subiectivitatii e tocmai aici: avînd o singularitate absoluta, obiectul posedat nu e niciodata o mediere saraca. Singularitatea lui nu e una de fapt: posedarea obiectului "rar", "unic" e, evident, scopul ideal al însusirii lui; pe de o parte însa, dovada ca un cutare obiect e unic nu va putea fi facuta în lumea reala, iar pe de alta parte subiectivitatea se descurca foarte bine si fara toate acestea. Calitatea specifica a obiectului si valoarea lui de schimb tin de domeniul cultural si social. Singularitatea lui absoluta îi vine, dimpotriva, din faptul ca e posedat de o anumita persoana, lucru ce-i îngaduie acesteia sa se recunoasca în el ca absolut deosebita fata de altele. Tautologie maiestuoasa, care însa constituie întreaga densitate a raportului nostru cu obiectele, facilitatea lui derizorie, multumirea iluzorie, dar adînca, pe care o resimtim[2]. Mai mult: acest circuit închis poate determina si relatiile umane (desi mai putin usor), iar ce nu e posibil la nivelul intersubiectiv e posibil aici: cutare obiect nu se opune niciodata multiplicarii aceluiasi proces de proiectare narcisista asupra unui numar nedefinit de obiecte, ci dimpotriva o impune, intrînd astfel într-un mediu total si favorizînd totalizarea imaginilor lui - miracolul colectiei. Caci întotdeauna ne colectionam pe noi însine.

Acum întelegem mai bine structura sistemului de posedare: colectia e alcatuita dintr-o succesiune de termeni, însa termenul ei final e persoana colectionarului. în mod reciproc, aceasta nu se constituie ca atare decît substi-

tuindu-se succesiv fiecarui termen al colectiei. Pe plan sociologic, vom regasi o structura omoloaga în sistemul modelului si al seriei. In ambele situatii, putem constata ca seria si colectia au rol constitutiv în posedarea obiectului; altfel spus în integrarea reciproca a obiectului si a persoanei.[3]

DE LA CANTITATE LA CALITATE: OBIECTUL UNIC

Acestei ipoteze i s-ar putea aduce ca obiectie pasiunea precisa a amatorului pentru cutare sau cutare obiect. E limpede însa ca obiectul unic nu e de fapt decît termenul final în care se rezuma întreaga specie, termenul

privilegiat al unei întregi paradigme (virtuala, estompata sau sub-înteleasa, putin importa), constituind la drept vorbind, emblema seriei.

în portretele în care ilustreaza curiozitatea ca pe o pasiune. La Bniyere descrie un colectionar de stampe: "Ani o mare mîhnire, spune acesta, care ma va sili sa renunt la stampe pentru tot restul vietii: am toate lucrarile lui Callot, în afara de una, care, cinstit vorbind, nu e prea buna. Dimpotriva, e una dintre cele mai proaste, ceea ce l-ar face praf în ochii mei pe Callot. De 20 de ani îmi bat capul cum sa gasesc aceasta stampa, iar daca voi reusi ma va apuca disperarea; e foarte greu de suportat!" Sesizam, în cele de mai sus, cu o evidenta aritmetica, echivalenta traita dintre întreaga serie mai putin un obiect si ultimul termen - absent - al seriei[4]. Acesta o rezuma simbolic, dar fara el seria nu înseamna nimic. în acest caz, are o calitate stranie, chintesenta a întregii esalonari cantitative. E un obiect unic, specificat prin pozitia lui finala si dînd astfel iluzia unei finalitati aparte. De altfel asa si stau lucrurile, însa vedem ca e dus la calitate prin cantitate, si ca valoarea concentrata doar în acest semnificam e, de fapt, cea care alearga de-a lungul lantului semnificantilor intermediari ai paradigmei. Iata ce am putea numi simbolismul obiectului, în sensul etimologic *(symboiein)* ce rezuma un întreg lant de semnificatii într-un singur termen. Obiectul e simbol, nu însa al vreunei instante sau valori exterioare, ci în primul rînd al întregii serii de obiecte în care el e termenul de sosire (în acelasi timp cu persoana careia îi apartine).

Exemplul lui La Bruyere mai lasa sa se înteleaga o regula: obiectul nu are valoare exceptionala decît prin absenta. Nu e vorba de o pofta nesatioasa a colectionarului.*Trebuie sa ne întrebam daca colectia e facuta pentru a fi încheiata vreodata,* si daca lipsa unor obiecte nu joaca un rol esential în ea (pozitiv, de altfel), deoarece aceasta lipsa e tocmai lucrul prin care subiectul se percepe pe sine în mod obiectiv: în vreme ce prezenta obiectului final ar semnifica moartea subiectului, absenta lui îi îngaduie acestuia sa-si joace propria moarte figurînd-o într-un obiect, cu alte cuvinte s-o exorcizeze. Aceasta absenta e traita ca o suferinta, fiind însa totodata si ruptura ce permite evitarea

unei colectii încheiate, care ar însemna elidarea definitiva a realitatii. Sa-l felicitam asadar pe amatorul lui La Bruyere ca nu l-a gasit pe ultimul Callot, caci ar fi încetat de a mai fi omul viu si pasionat care mai era. si sa precizam ca delirai începe în clipa în care colectia se închide asupra ei si înceteaza de a mai fi orientata spre un termen absent.

O alta anecdota, relatata de M. Rheims, ne poate aduce o marturie identica. Un bibliofil posesor de exemplare unice afla, într-o buna zi, ca un librar va pune în vînzare un exemplar identic cu unul pe care îl avea el. Fuge si cumpara cartea, apoi cheama un portarel ca sa arda în fata lui al doilea exemplar si sa ceara un act de constatate a distrugerii. Dupa care pune actul în volumul ce a devenit din nou unic si se culca linistit. Avem de-a face în acest caz cu negarea seriei? Doar aparent: în fapt, exemplarul unic avea încarcatura de valoare a tuturor exemplarelor virtuale, iar biblio-

filul, distrugîndu-l pe cel de-al doilea, nu face decît sa restabileasca perfectiunea compromisa a simbolului. Uitata, negata, distrusa, devenita virtuala, seria e mereu prezenta. în cel mai neînsemnat gest cotidian, ca si în cel mai transcendent dintre obiectele rare, ea alimenteaza proprietatea sau jocul pasional. Fara ea, jocul nu ar fi posibil, si de asemenea nici posesiunea; la drept vorbind, nu ar mai exista obiecte. Obiectul cu adevarat unic, absolut, fara nici un antecedent si nedispersat în vreo serie, e de neconceput. Nu poate exista, cum nu poate exista nici sunet pur. si tot asa cum seriile de armonice aduc sunetele la calitatea lor perceputa, seriile paradigmatice, mai mult sau mai putin complexe, aduc obiectele la calitatea lor simbolica si, în acelasi timp, în cîmpul relatiei umane de stapînire si de joc.

OBIECTE sI OBIsNUINȚE: CEASUL DE MÎNĂ

Orice obiect se afla la jumatatea drumului dintre o specificitate practica, functia lui - un fel de discurs vizibil - si absorbirea într-o serie/colectie, în care devine termen al unui discurs latent, repetitiv, cel mai elementar si tenace dintre discursuri, Acest sistem discursiv al obiectelor e omolog cu cel al obisnuintelor.[5]

Obiceiurile sînt discontinuitate si repetitie (si nu continuitate, cum sugereaza folosirea cuvîntului). Prin decuparea timpului în "scheme de obisnuinta" rezolvam toate spaimele legate de continuitatea lui si de singularitatea absoluta a evenimentelor. Tot asa, dispunem gropriu-zis de obiecte si le posedam prin integrarea lor discontinua în serii. In aceasta sta de fapt discursul subiectivitatii, iar obiectele sînt registrul lui privilegiat, inter-punînd între devenirea ireversibila a lumii si noi însine un ecran discontinuu, clasificabil, reversibil, repetitiv, dupa bunul nostru plac - o parte a lumii care de acum ne apartine, docila în fata mîinii si spiritului,

risipindu-ne spaimele. Obiectele nu ne ajuta doar sa stapînim lumea - prin inserarea lor în serii instrumentale -, ci ne ajuta -***prin*** *inserarea lor în serii mentale* - sa stapînim si timpul, facîndu-l discontinuu si clasificîndu-l ca pe obisnuinte: supunîndu-l constrîngerilor de asociere care organizeaza asezarea în spatiu.

Ceasul de mîna e un bun exemplu de functie discontinua si "obisnuita"[6]. El rezuma modul dublu în care ne traim obiectele. Pe de o parte, ne informeaza despre timpul obiectiv: or, exactitatea cronometrica e tocmai dimensiunea constrîngerilor practice, a exterioritatii sociale si a mortii. în acelasi timp însa în care ne supune temporalitatii ireductibile, ceasul, ca obiect, ne ajuta sa ne însusim timpul. Tot asa cum masina "devoreaza" kilometrii, obiectul-ceas devoreaza timpul[7]. Face din el un obiect consumat, substantializîndu-l si decupîndu-l. Timpul nu mai e, de acum, o dimensiune primejdioasa a practicii, ci o cantitate domestica. Nu doar simplul fapt de a sti cît e ceasul, ci faptul de a "poseda" ora si de a o înregistra neîncetat cînd dorim, multumita unui obiect care e al nostru, a devenit

hrana de baza a omului civilizat si marea lui siguranta. Timpul nu-i mai apartine casei, a carei inima care bate era orologiul, ci poate fi gasit mereu în ceasul de mîna, înregistrat cu aceeasi satisfactie organica ca si mersul ordonat al viscerelor. Prin ceasul de mîna, timpul se defineste ca însasi dimensiunea obiectivarii, si totodata ca un bun casnic. De altfel, orice obiect s-ar putea preta acestei analize a recuperarii dimensiunii con-strîngerii obiective; prin legatura sa directa cu timpul, ceasul de mîna e doar exemplul cel mai limpede în acest sens.

OBIECTUL sI TIMPUL: CICLUL DIRIJAT

Problematica temporala e esentiala în cazul colectiei. "Un fenomen ce însoteste deseori pasiunea de a colectiona, spune M. Rheims, e pierderea sentimentului timpului actual" (p.42). E însa vorba de o simpla evadare nostalgica? Cineva care se indentifica cu Ludovic al XVI-lea pîna si în picioarele fotoliilor sale, sau care face o pasiune nebuna pentru tabacherele din secolul al XVI-lea se desparte, bineînteles, de timpul prezent, printr-o referinta istorica. Aceasta referinta e însa secundara fata de sistematica traita a colectiei. Marea putere a obiectelor colectionate nu vine de la singularitatea si nici de la istoricitatea lor distincta. Nu din acest motiv timpul colectiei nu e timpul real, *ci prin faptul ca organizarea colectiei însesi se substituie timpului*. Aceasta e, neîndoios, functia fundamentala a colectiei: rezolvarea timpului real într-o dimensiune sistematica. Gustul, curiozitatea, prestigiul sau discursul social o pot deschide spre o relatie mai larga (care nu va depasi, totusi, Un grup de initiati), însa ea ramîne în primul rînd, si în sensul puternic al cuvîntului, o "trecere de timp". Pur si simplu îl aboleste. Sau mai degraba, repertoriindu-l

în termeni ficsi pe care-i poate face sa joace în mod reversibil, colectia figureaza vesnica reîncepere a unui ciclu dirijat, în care omul îsi ofera jocul nasterii si al mortii, în orice clipa si fara gres, plecînd de la oricare dintre termeni si cu siguranta revenirii la el.

Tocmai prin aceasta, mediul obiectelor private si posedarea acestora (colectia fiind doar un punct extrem) e o dimensiune esentiala si, în acelasi timp, imaginara a vietii noastre. La fel de esentiala ca visele. S-a spus ca daca cineva ar putea fi împiedicat experimental sa viseze, de îndata ar avea grave tulburari psihice. Daca am putea sa-l lipsim pe un om de evadarea-re-gresiune în jocul posedarii, daca l-am împiedica sa-si tina propriu-i discurs dirijat si sa se decline pe sine în afara timpului, printre obiecte, cu siguranta Ca dezecliilibnil ar fi imediat. Nu putem trai în singularitatea absoluta si în inversibilitatea al carei semn e clipa nasterii. Obiectele ne ajuta sa rezolvam tocmai ireversibilitatea nasterii spre moarte.

Acest echilibru e desigur nevrotic, iar recursul împotriva spaimelor regresiv, deoarece timpul e obiectiv ireversibil, si chiar obiectele care trebuie sa ne fereasca de el sînt duse de el; desigur, mecanismul discontinuu de

aparare, la nivelul obiectelor, e neîncetat pus sub semnul întrebarii, deoarece lumea si oamenii traiesc în continuitate.

Dar putem oare vorbi de normalitate sau de anomalie? Refugierea într-o sincronie închisa poate fi calificata drept negare a realitatii si fuga de aceasta, daca socotim ca în obiect se investeste ceea ce "ar trebui" sa fie investit în relatia umana - tocmai acesta e pretul fortei regulatoare a obiectelor. în zilele noastre, cînd instantele religioase si ideologice se estompeaza, ele sînt pe cale sa devina consolare si mitologia cotidiana ce absoarbe spaima timpului si a mortii.

Sa renuntam la mitologia spontana care declara ca omul s-ar prelungi în obiecte sau si-ar supravietui siesi în ele. Procesul-refugiu nu e de nemurire ori de perpetuitate, de supravietuire într-un *obiect-reflectare* (în care omul nu a crezut niciodata cu adevarat), ci un joc complex de "reciclare" a nasterii si a mortii *uAx-un sistem de obiecte.* Ceea ce gaseste omul în obiecte nu e siguranta supravietuirii, *ci faptul ca traieste, înca de pe acum si în mod continuu, la modul ciclic si controlat, procesul propriei sale existente, si ca prin aceasta depaseste simbolic existenta reala, al carei eveniment ireversibil îi scapa.*

Nu sîntem prea departe de mingea prin care, facînd-o sa dispara si sa reapara, copilul (în analiza lui Freud) traieste alternativ absenta si prezenta mamei - *fort da fort sa* -, raspunzînd la spaima absentei prin ciclul nedefinit al reaparitiei mingii. Sesizam usor implicarea simbolica a jocului în serie; rezumînd, am putea spune ca obiectul

e *lucrul dupa care ne purtam doliul* - în sensul ca figureaza propria noastra moarte, însa depasita (simbolic) prin faptul ca-l posedam si ca, introducîndu-l în stradania doliului, cu alte cuvinte integrîndu-l într-o serie în care absenta si reaparitia lui dupa absenta "fac efortul" de a reveni neîncetat într-un ciclu, rezolvam teribilul eveniment al absentei si al mortii reale. înca de acum, în viata cotidiana ne purtam propriul doliu gratie obiectelor, iar acest lucru ne permite sa traim - la modul regresiv, desigur, dar sa traim. Omul care colectioneaza e un mort, însa îsi supravietuieste literalmente într-o colectie ce-l repeta nedefinit dincolo de moarte, chiar de acum, *integrînd chiar si moartea în serie si în ciclu.* Analogia cu visele ar putea fi reluata: daca orice obiect e, prin functia lui (practica, culturala, sociala), medierea unui *scop,* el e si exponent al unei *dorinte* - ca unul dintre termenii jocului sistematic pe care tocmai l-am descris; dorinta fiind ceea ce pune în miscare, în lantul nedefinit al semnificantilor, repetarea sau substituirea indefinita a noastra prin moarte si dincolo de ea. Daca visele au ca functie asigurarea continuitatii somnului, obiectele asigura continuitatea vietii, printr-un compromis aproape identic.[8]

OBIECTUL SECHESTRAT: GELOZIA

Ajunsa la limita demersului ei regresiv, pasiunea obiectelor se rezolva în gelozia pura. în acest caz, posesia rezulta din multumirea adinca privind

valoarea pe care ar putea-o avea obiectul pentru altii, si din a-i frustra pe acestia de el. Complexul geloziei, ce caracterizeaza fanatismul colectionarului, determina (pastrînd proportiile) si simplul reflex al proprietatii. E vorba de o puternica schema de sadism anal ce ne îndeamna sa sechestram lucrurile frumoase pentru a ne bucura numai noi de ele: conduita de perversiune sexuala larg raspîndita în relatiile noastre cu obiectele.

Ce reprezinta obiectul sechestrat? (Valoarea lui obiectiva e secundara, farmecul îi e dat de izolare.) Daca nimeni nu-si împrumuta masina, stiloul, nevasta, e din cauza ca aceste obiecte constituie, în registrul geloziei, echivalentul narcisist al eului: daca se pierd sau se deterioreaza sîntem castrati. Nimeni nu-si da falusul cu împrumut, iata esentialul. Ceea ce gelosul sechestreaza si tine cît mai aproape de el e, dincolo de efigia unui obiect, propriul sau libido, pe care încearca sa-l exorcizeze printr-un sistem de izolare - acelasi sistem gratie caruia colectia rezolva spaima de moarte. Se castreaza el însusi, în spaima propriei sexualitati, sau, mai curînd, previne printr-o castrare simbolica (sechestrarea) spaima castrarii reale[9]. Tocmai aceasta tentativa disperata constituie placerea oribila a geloziei. Sîntem întotdeauna gelosi pe noi însine. Pe noi însine ne pazim si ne supraveghem, si de noi însine ne bucuram cu adevarat.

Aceasta placere geloasa se reliefeaza în mod foarte evident pe fondul unei deceptii absolute, deoarece regresia sistematica nu înlatura niciodata în totalitate constiinta lumii reale si a falimentului unei astfel de conduite. La fel se întîmpla lucrurile cu colectia: suveranitatea ei e fragila; în spatele ei se profileaza suveranitatea lumi^ reale, care o ameninta continuu. Dar chiar si aceasta deceptie face parte din sistem. Tocmai ea îl mobilizeaza, împreuna cu satisfactia - deceptia netrimitînd niciodata la vreun model, ci la un teimen ulterior, deceptia si satisfactia succedîndu-se una pe cealalta în cursul ciclului. Ambalarea nevrotica a sistemului se datoreaza uneori acestei deceptii constitutive. Seria se învîrteste tot mai repede în jurul ei, diferentele se uzeaza si mecanismul de substituire se accelereaza. In acest caz, sistemul poate ajunge la distrugere, care e autodistrugerea subiectului. M. Rheims citeaza cazuri de "ucideri" violente de colectii, într-un fel de sinucidere, din cauza neputintei de a circumscrie moartea. în sistemul geloziei, nu rareori se întîmpla ca subiectul sa sfîrseasca prin a distruge obiectul sau fiinta sechestrata, din cauza sentimentului de imposibilitate de a exorciza în totalitate adversitatea lumii si propria-i sexualitate. Iata sfîrsi-tul logic, si totodata, ilogic al pasiunii[10].

OBIECTUL DESTRUCTURAT: PERVERSIUNEA

Eficienta sistemului de posedare e legata direct de caracterul lui regresiv. Iar aceasta regresie e legata de modalitatile perversiunii. Daca, în materie de obiecte, ea apare cel mai limpede în forma cristalizata a fetisismului, nimic nu ne poate opri de a vedea, de-a lungul întregului sistem, în

ce fel - organizîndu-se în functie de aceleasi scopuri si în aceleasi modalitati -, posedarea/pasiunea obiectului e ca sa spunem asa, *un fel de a fi temperat al perversiunii sexuale.* **într-adevar,** tot asa cum posedarea se constituie în discontinuitatea seriei (reala sau virtuala) si prin alegerea unui termen privilegiat, perversiunea sexuala consta în faptul de a nu-l putea sesiza pe celalalt ca pe un obiect al dorintei în totalitatea aparte a persoanei sale, ci doar ca discontinuitate: partenerul se transforma în paradigma diferitelor parti erotice ale trupului sau, cu o cristalizare obiectala asupra uneia dintre ele. Iata femeia care nu e femeie, ci sex, sîni, pîntec, pulpe, voce sau figura: una sau alta, dupa preferinte[11]. si astfel, devine ,,obiect" si constituie o serie careia dorinta noastra îi repertorizeaza termenii, si al carei semnificat real nu mai e cîtusi de putin persoana iubita, ci însusi subiectul în subiectivitatea lui**narcisista,** ce se colectioneaza si se erotizeaza pe sine si care face din relatia de dragoste un discurs adresat lui însusi.

Luau ilustrat destul de bine de secventa initiala a unui film de J.-L. Go-**dard,*Dispretul,*** în care dialogul se desfasoara astfel, însotind imagini "goale":

"îti plac picioarele mele? spunea femeia. (Sa retinem ca, de-a lungul întregii scene, ea se priveste amanuntit într-o oglinda, lucru care nu e indiferent: se valorifica pe sine ca fiinta vazuta, prin propriu-i imagine, asadar ca supusa discontinuitatii în spatiu.)

- Da, îmi plac.

- si mai sus de genunchi?

- Da. .

- si pulpele?

- Da, raspunde barbatul, îmi plac. (si tot asa, de jos în sus, pîna la par.) "Atunci înseamna ca ma iubesti cu totul.

- Da, te iubesc cu totul.

- si eu, Paul", spune ea, rezumînd situatia.

E posibil ca realizatorii sa fi vazut în acestea algebra lucida a unei iubiri demistificate. Nu e însa mai putin adevarat ca aceasta absurda reconstituire a dorintei e o perfecta inumanitate. Dezintegrata într-o serie - aceea a propriului ei trap -, femeia, devenita obiect pur, e reluata în seria tuturor femeilor-obiect, în care nu e decît un termen ca oricare altul. Singura activitate posibila în logica acestui sistem e jocul substituirii. Tocmai lucrul pe care l-am descris ca pe resortul însusi al satisfactiei colectionarului.

Discontinuizarea obiectului în detalii prin sistemul auto-erotic al perversiunii e frînata, în relatia de dragoste, de integritatea vie a celuilalt[12]. Cînd însa e vorba de obiecte materiale, si în mod deosebit de obiecte fabricate, îndeajuns de complexe pentru a se preta deconstructiei mentale, discontinuizarea e regula. Spunem, despre masina: frîna*mea,* aripa *mea,* volanul *meu.* Spunem si: *eu* frînez, *eu* schimb directia, *eu* demarez. Toate organele si functiile pot fi raportate pe rînd la persoana dupa criteriul posedarii. Nu e vorba de o personalizare la nivel social, ci de un proces de

ordine proiectiva. Nu de ordinea lui a avea, ci de ordinea lui a fi. în cazul calului, desi acesta a fost mereu, pentru noi, un straniu instrument al puterii si al transcendentei, confuzia nu ar fi fost posibila, deoarece calul, în primul rînd, nu e construit din bucati: e sexuat. Putem spune: calul meu, sotia mea, dai- denumirea posesiva se opreste aici. Tot ce are sex rezista proiectarii îmbucatatite, si prin urmare acelui mod de însusire pe care l-am recunoscut ca pe o pasiune auto-erotica si, la limita, ca pe o perversiune[13]. în fata unei fiinte vii putem spune *al meu,* dar nu putem spune *eu,* asa cum facem cînd ne însusim simbolic functiile si organele automobilului. O anumita regresie e imposibila. Calul poate fi puternic investit ca un simbol (în cavalcada sexuala a nitului, în Centaurul cel întelept, al carui cap e o fantasma terifianta legata de imaginea tatalui, dar al carui

calm ne face sa ne gîndim imediat la puterea protectoare a pedagogului Chiron), însa nu e investit niciodata sub forma saraca, simplificata, narcisista, infantila a proiectarii eului în detaliul structural al masinii (conform unei analogii cu elementele si functiile disociate ale timpului uman ce preteaza la confuzie.) Daca exista un dinamism simbolic al calului, aceasta se întîmpla în masura în care identificarea cu detaliul functiilor si organelor calului e imposibila, ca si epuizarea relatiei într-un discurs "autoerotic" asupra termenilor împrastiati.

Aceasta parcelizare si regresie presupun o tehnica, însa una autonomizata la nivelul obiectului partial. Astfel, femeia dispusa într-o sintagma de diferite zone erogene e sortita doar functionalitatii placerii, careia-i raspunde o anumita tehnica erotica. Telurica obiectivanta, ritualizanta, ce marcheaza spaima relatiei personale, si care serveste, în acelasi timp, drept alibi real (gestual, eficace), chiar în Mnul sistemului fantasmatic al perversiunii. Orice sistem mental are nevoie, într-adevar, de un "credit deschis", de o referire la realitate, de o "ratiune" tehnica, de un alibi. De exemplu, accelerarea în "eu accelerez", farul în "farul meu" sau masina întreaga în "masina mea" sînt suporturile tehnice reale ale unei întregi recuperari narcisiste dincoace de realitate. Acelasi lucra e valabil si pentm tehnica erotica ce se asuma ca atare: la acest nivel, nu ne mai aflam în ordinea genitala de emergenta spre realitate si spre placere, ci în ordinea regresiva anala a sistematicii seriale în care gestualitatea erotica e doar un alibi.

Vedem cu usurinta cît de departe e tehnica de a fi mereu "obiectiva". E astfel arunci cînd e serializata, reluata într-o tehnologie, si cînd patrunde în noi structuri. în domeniul cotidian, dimpotriva, ea ofera un cîmp mereu favorabil fantasmelor regresive, deoarece posibilitatea destructurarii apare mereu în ea. Adunate laolalta si montate, elementele unui obiect tehnic au o implicatie coerenta. Dar aceasta structura e mereu fragila în fata spiritului, fiind încorsetata din exterior de functie si aparînd astfel ca formala în fata lui. Elementele structural ierarhizate se pot deface în orice clipa, devenind echivalente într-un sistem paradigmatic în care subiectul se introduce pentru a se declina. Obiectul e dinainte discontinuu, si discontinuat cu usurinta de gîndire. si aceasta cu atît mai mult cu cît obiectul (îndeosebi cel tehnic)

nu mai e, ca odinioara, prins într-un gest uman si o energie umana. Daca masina constituie un obiect de manipulare narcisista atît de frumos în comparatie cu calul, e si din cauza ca sapînirea de catre noi a calului e musculara, agitata, pretinzînd o gestica de echilibru, în vreme ce stapînirea masinii e dimpotriva simplificata, functionala si abstracta.

DE LA MOTIVAȚIA SERIALĂ LA MOTIVAȚIA REALĂ

De-a lungul acestei analize am socotit neglijabila natura însasi a obiectelor colectionate: ne-am limitat la sistematica si nu am tinut seama de tematica. E evident însa ca nimeni nu colectioneaza tablourile de maestri ca pe niste inele de trabuc. Trebuie sa admitem mai întîi ca însusi conceptul de colectie *{colligere:* a alege si a pune laolalta) se distinge de conceptul de acumulare. Stadiul inferior e cel al acumularii materiilor: îngramadirea hîrtiilor vechi, stocarea hranei - la jumatatea dramului dintre introjectia orala si retentia anala -, apoi acumularea seriala de obiecte identice. Colectia însa se ridica spre cultura: ea vizeaza obiecte diferentiate, care deseori au valoare de schimb, fiind si "obiecte" de pastrare, de traficare, de ritual social si de exhibare - poate chiar si izvor de beneficii. Aceste obiecte intra în tot felul de proiecte. Fara a înceta sa trimita unul la celalalt, includ în jocul lor o exterioritate sociala si relatii umane.

Cu toate acestea, chiar daca motivatia externa e puternica, colectia nu scapa niciodata de sistematica interna, ci constituie, în cel mai bun caz, un compromis între cele doua: chiar daca colectia devine un discurs pentru altii, ea e mai întîi un discurs îndreptat spre ea însasi. Motivatia seriala e vizibila pretutindeni. Anchetele arata ca oamenii care cumpara colectii de caiti (10/18, *Que sais-je?* etc), odata prinsi în vîrtejul colectiei, continua sa cumpere orice titlu, desi nu-i intereseaza: diferenta din serie e de ajuns ca sa creeze un interes formal, care tine locul interesului real. E vorba de o pura constrîngere de asociere, ce se manifesta în motivatia cumpararii. O conduita analoaga cu cea a

cititorului care nu e la largul lui în timp ce citeste decît daca e înconjurat de toate cartile: în acest fel, specificitatea lecturii tinde sa dipaia. Mai departe: cartea conteaza mai putin decît clipa în care e pusa lînga celelalte, pe raftul bibliotecii. si invers: colectionarul care ,,a pierdut sirul" îsi vine în fire cu greu; uneori nu va cumpara titluri care pentru el au un interes real. Aceste observatii sînt suficiente pentru ca sa putem distinge net cele doua motivatii, ce se exclud una pe cealalta si nu coexista decît la modul compromisului, cu o tendinta sigura la proprietatea din inertie a motivatiei seriale asupra motivatiei dialectice de interes[14].

Colectia pura se poate însa deschide asupra unor interese reale. Cutare a început sa cumpere sistematic toate cartile din colectia *Que sais-je?:* va sfîrsi adesea prin a-si orienta colectia spre o tema: muzica, sociologie. Un anumit prag cantitativ al acumularii permite sa avem în vedere o posibila selectie. Nu avem însa o regula absoluta. Unii *pot*colectiona cu acelasi

fanatism regresiv tablouri de maestri si etichete de brînza; între copii, dimpotriva, colectiile de timbre sînt izvorul unor scliimburi continue. Nu putem asadar conchide niciodata ca o complexitate tematica a colectiei ar însemna o descliidere reala asupra lumii. în cel mai bun caz, aceasta

complexitate ne poate da un indice sau constitui o prezumtie.

Colectia iese din acumularea pura nu doar prin complexitatea ei culturala, ci si prin lacune si neîmpliniri. într-adevar, lacuna e întotdeauna o exigenta bine definita: a cutarui sau cutarui obiect absent. Iar aceasta exigenta, ce se traduce ca fiind cautare, pasiune sau mesaj adresat celorlalti[15]-e de ajuns pentru a distruge farmecul mortal al colectiei, în care subiectul se pierde într-o pura fascinatie. Lucru ilustrat destul de bine de o emisiune televizata: cînd fiecare colectionar îsi prezenta colectia publicului, mentiona si "obiectul" foarte deosebit ce-i lipsea, auditorul fiind invitat sa i-l procure. Iata cum obiectul ne poate introduce în discursul social. în acelasi timp însa, trebuie sa cedam în fata evidentei: *în el ne introduce cel mai adesea absenta obiectului, si foarte-rar prezenta lui.*

DISCURSUL ÎNDREPTAT SPRE SINE

Ceea ce ramîne caracteristic pentru colectie, la un moment dat, e ruptura care o smulge din sistemul ei involutiv, deschizînd-o spre un proiect (de prestigiu, cultural, comercial, nu are importanta, conditia fiind ea obiectul sa sfîrseasca prin a pune un om în fata altui om: în acest fel, devine mesaj). Cu toate acestea, oricît de deschisa ar fi o colectie, în ea ramîne un element ireductibil, de non-relatie cu lumea. Tocmai pentru ca se simte alienat si volatilizat în discursul social, ale carui reguli îi scapa, colectionarul încearca sa reconstituie un discurs care sa-i fie transparent, deoarece detine semnificatii, ultimul semnificat al acestui discurs fiind de fapt el însusi. Tentativa sortita eseculuí: crezînd ca depaseste discursul social printr-unul propriu si totodata coerent asupra obiectelor, nu vede ca de fapt transpune discontinuitatea obiectiva deschisa într-una subiectiva închisa, în care însusi limbajul folosit pierde orice **valoare** generala. Aceasta totali zare prin obiecte poarta asadar seninele singuratatii: rateaza comunicarea, iar comunicarea îi lipseste. De altfel, întrebarea ce se pune e urmatoarea: se pot oaie constitui obiectele într-un alt limbaj? Poate oare omul sa instituie, prin ele, un alt limbaj decît un discrus îndreptat spre sine?

Daca colectionarul nu e niciodata un maniac fara sperante, tocmai din cauza ca el colectioneaza obiecte ce-l împiedica oarecum sa regieseze în abstractia totala (delirul), discursul sau nu poate totusi depasi, tocmai pentru acest motiv, o anumita saracie si infantilitate. Colectia e întotdeauna un proces limitat, recurent, iar materialul ei - obiectele - e prea concret si prea discontinuu pentru ca ea sa se poata articula într-o structura dialectica reala[16]. Daca "cel ce nu colectioneaza nimic e un cretin", cel ce colectioneaza are întotdeauna, la rîndul lui, ceva sarac si inuman.

Fr. *l'objetaime:* fiinta iubita, barbatul sau femeia.

' M. Fauron, presedintele colectionarilor de inele de trabuc (în revista *Liens,* editata de Club Francais du Livre, mai 1964).

[2] si de asemenea deceptia legata de caracterul tautologic al sistemului. [i] Aproape întotdeauna, seria e un fel de joc ce ne îngaduie sa privilegienr unul dintre termeni si sa-l consideram drept model. Un copil arunca niste capace de sticla: care va ajunge cel mai departe? întotdeauna acelasi, si nu din întîmplare, ci deoarece si-a pus ochii pe el. Modelul si ierarhia pe care el le inventeaza sînt el însusi: copilul nu se identifica cu un anumit capac, ci cu faptul ca acesta e mereu cîstigator. Dar e de asemenea prezent în fiecare capac ca într-un termen nemarcat al opozitiei: aruncîndu-le unul dupa celalalt, le constituie, jucându-se, în serie, pentru a se constitui el însusi ca model: cel ce cîstiga întotdeauna. si astfel, psihologia colectionarului se limpezeste: colectionînd obiecte privilegiate, tot el e obiectul ce se impune mereu.

[4] Fiecare termen al seriei poate redeveni acest termen final: fiecare Callot poate fi cel ce „l-ar termina" pe Callot.

De altfel, obiectul devine repede suport al unei retele de obisnuinte si punct de cristalizare a rutinelor de comportament. De asemenea, si invers, poate ca nu exista obicei ce nu s-ar putea defini în raport cu un obiect. si unul si celalalt se implica inextricabil în existenta cotidiana.

[6] De altfel, ceasul - sa ne gîndim la disparitia ceasului de perete, a orologiului - anunta o tendinta ireversibila a obiectelor modeme: miniaturizarea si individualizarea. Pe lînga aceasta, e cel mai mic, mai apropiat si mai pretios dintre mecanismele individuale: talisman mecanic intim, puternic investit, obiect de complicitati cotidiene, de fascinatie (la copil), de gelozie.

Aici, exactitatea e echivalentul vitezei în spatiu: timpul trebuie devorat cît mai aproape de el.

[8] Istorioara lui Tristan Bemard arata într-un mod distractiv de ce colectia e un joc cu moartea (asadar o pasiune), fiind, tocmai de aceea, mai puternica decît moartea: Un om facea colectie de copii: legitimi, nelegitimi, nascuti în prima sau în a doua casatorie, adoptivi, gasiti, bastarzi etc. într-o zi, face o petrecere la care-i invita pe toti. Un prieten cinic îi spune: "Mai lipseste unul". înspaimîntat, colectionarul întreaba: "Care?" "Copilul postum". La care, omul cel pasionat îi facu sotiei un copil si se sinucise.

Acelasi sistem, golit de elemente tematice, îl regasim în stare pura în jocul de noroc; de unde intensa lui fascinatie. în el, domeniul de dincolo de moarte apare la modul absolut, subiectivitatea pura investind seria pura cu stapînire imaginara, si chiar în toiul vicisitudinilor jocului, cu certitudinea ca nimeni nu are puterea sa reintroduca în el conditiile reale ale vietii si ale mortii.

[9] Lucru valabil, desigur, pentru "animalele de interior" si, prin extensie, pentru "obiectul" relatiei sexuale, a carui manipulare, în cazul geloziei, e de acelasi ordin.

[10] A nu se confunda deceptia, care e resortul intern al sistemului regresiv si al seriei, cu absenta, de care vorbeam mai sus si care e, dimpotriva, un factor de emergenta în afara sistemului. Prin deceptie, subiectul continua sa involueze în sistem: prin absenta însa, evolueaza (în mod relativ) spre lume.

[11] La limita, parul, picioarele sau, coborînd tot mai mult pe firul regresiei spre detaliu si spre impersonalitate, pîna ce fetisismul se cristalizeaza, la antipodul fiintei vii, în jartiera sau sutien: regasim obiectul material, a canii posedare se caracterizeaza prin perfecta* elidare a prezentei celuilalt.

[12] De aceea, în cazul de sus, pasiunea se îndreapta spre fetis, care simplifica radical obiectul sexual viu, facînd din el un lucru echivalent penisului, investit ca atare.

[13] Tot asa, în masura în care fiinta vie poate fi simtita ca asexuata (cum e cazul sugarului) identificarea posesiva poate apare: "Atunci, *ma* doare capul?", îi spunem copilului. Sau: "Atunci, *îl* doare capul?" Aceasta identificare confuzionala e stopata în fata fiintei sexuate de spaima castrarii.

[14] Distinctia dintre satisfactia seriala si placerea proprie e esentiala. în cazul al doilea, avem un fel de placere a placerii, prin care satisfactia se depaseste ca atare si se înte-

meiaza într-o relatie. în satisfactia seriei însa, termenul secund al placerii si dimensiunea prin care el se califica dispare; el e absent sau supus deceptiei: satisfactia va fi expediata în succesiune, proiectînd în extensie si compensînd prin repetare o totalitate pierduta. Tocmai de aceea vedem oameni care cumpara tot mai multe carti, din momentul în care au încetat sa mai citeasca cartile pe care le cumpara. De aceea actul sexual se repeta sau partenerii se înmultesc: pentru a masca nedefinit scopul descoperirii dragostei. Placerea placerii a pornit: mai ramîne de gasit satisfactia. Cele doua se exclud însa una pe cealalta. " Chiar si în acest caz, colectionarul are, totusi, tendinta de a nu-i considera pe ceilalti decît ca pe niste martori ai colectiei sale, si de a-i integra doar ca pe o a treia parte în relatia deja constituita între subiect si obiect.

[16] Spre deosebire de stiinta si de memorie, de exemplu, care sînt si ele niste colectii, dar colectii de fapte si de cunostinte.

C. SISTEMUL META- sI DISFUNCȚIONAL: GADGETURI sI ROBOȚI

Dupa ce am analizat obiectele în sistematizarea lor obiectiva (aranjarea si ambianta), apoi în sistematizarea lor subiectiva (colectia), vom supune investigatiei cîmpul lor de conotatii, altfel spus cel al semnificatiei lor ideologice.

CONOTAȚIA TEHNICĂ: AUTOMATISMUL

Daca conotatia formala poate fi rezumata în *moda*[1]*,* conotatia tehnica se poate formula într-un cuvînt: *automatismul* - concept major al triumfalis-mului mecanic si ideal mitologic al obiectului modern. Automatismul înseamna obiectul ce primeste o conotatie de absolut, în functia lui particulara[2]. El va fi deci propus si acceptat pretutindeni ca *model tehnic.*

Un exemplu luat din G. Simondon *(op.cit,* p.26) va ilustra alunecarea spre conotatia tehnica printr-o schema de automatism. Suprimarea pornirii masinii cu manivela face functionarea ei mecanica mai putin simpla din punct de vedere strict tehnologic, subordonînd-o folosirii energiei electrice data de o baterie de acumulatori, care e exterioara sistemului. Tehnic vorbind, avem de-a face cu o complicare si o abstractizare, care însa sînt prezentate ca un progres si un semn de modernitate. Automobilele cu manivela sînt demodate, cele fara manivela sînt moderne în virtutea cono-tatiei de automatism care, de fapt, marcheaza o slabiciune structurala. Se va putea spune, bineînteles, ca lipsa manivelei are si o functie absolut reala: satisfacerea dorintei de automatizare. La fel, partile cromate si aripile uriase ce îngreuiaza masina au ca functie satisfacerea exigentei de prestigiu. Vedem însa ca aceste functii secunde se exercita în dauna structurii concrete a obiectului tehnic. în vreme ce o multime de elemente nestructuiate persista atît în motor cît si în aspectul exterior al masinii, constructorii prezinta ca pe o mare realizare mecanica folosirea unui automatism supraabundent la accesorii, sau recurgerea sistematica la servocomanda", al carei efect imediat e fragilizarea obiectului, grabirea caderii lui în desuetudine si a reînnoirii.

TRANSCENDENȚA "FUNCȚIONALĂ"

si astfel, gradul de perfectiune al unei masinalii e privit pretutindeni ca direct proportional cu gradul ei de automatizare. Or, pentru ca un dispozitiv sa devina automat, trebuie sacrificate multe posibilitati de functionare. Pentru a face automat un obiect practic, acesta trebuie *stereotipat în functia lui* si fragilizat. Departe de a avea o semnificatie tehnica în sine, automatismul comporta, în toate cazurile, un risc de blocaj tehnologic: atîta timp cît

obiectul nu e automatizat, e susceptibil de remaniere si de depasire într-un ansamblu functional mai larg. Daca devine automat, functia lui se desavîrseste, dar se si încheie, devenind exclusiva. Automatizarea e, astfel, un fel de închidere, de redundanta functionala; ea îl arunca pe om într-o iresponsabilitate de spectator. E visul unei lumi supuse si al unei tehnicitati împlinite tehnic, în serviciul unei umanitati inerte si visatoare.

Gîndirea tehnologica actuala dezminte aceasta tendinta: adevarata perfectionare a mecanismelor, despre care se poate spune ca ridica gradul de tehnicitate, adevarata "functionalitate" prin urmare, nu mai corespunde unui spor de automatizare ci unui rest de indeterminare ce-i permite mecanismului sa fie sensibil la informatia venita din afara. Masina de înalta tehnicitate e o structura deschisa, iar ansamblul masinilor deschide îl presupune pe om ca pe un organizator si interpret viu. Daca însa aceasta tendinta e negata la nivel tehnologic ridicat, în practica ea orienteaza obiectele spre o abstractizare primejdioasa. Automatizarea domneste pretutindeni, iar fascinatia pe care o exercita nu e atît de mare decît din cauza ca nu e cea a rationalitatii tehnice: o percepem ca pe o dorinta fundamentala, ca pe *un adevar imaginar al obiectului,* fata de care structura si functia lui concreta ne lasa destul de indiferenti. Nu avem decît sa ne gîndim la aceasta dorinta fundamentala, pe care o avem în fiecare clipa, pentru ca "toate sa mearga de la sine", ca fiecare obiect, în functia ce-i e rezervata, sa împlineasca miracolul celui mai mic efort - automatizarea îi apare utilizatorului ca o prodigioasa absenta, iar delectarea pe care o propune e, pe alt plan, asemanatoare celei pe care o avem cînd vedem fara a fi vazuti. Satisfactie esoterica, în inima cotidianului însiisi. Faptul ca fiecare obiect automatizat ne antreneaza în stereotipii de conduita: deseori definitive nu poate pune sub semnul întrebarii exigenta imediata dorinta de automatizare e prezenta chiar de la început. Ea preceda practica obiectiva. Iar daca e atît de adînc înradacinata încît mitul împlinirii ei formale se opune, ca un obstacol aproape material, unei structurari deschise a tehnicilor si nevoilor, e din cauza ca e ancorata în obiecte, asemenea propriei noastre imagini[3].

Deoarece obiectul automatizat "merge singur", el impune o asemanare cu individul uman autonom, si aceasta fascinatie va triumfa. Ne gasim în fata unui nou antropomorfism. Cîndva, instrumentele de lucra, mobilierul,* ca si casa însasi, aveau imprimate foarte limpede, în morfologia si utilizarea lor, prezenta si imaginea omului.[4]Aceasta complicitate e distrusa la nivelul obiectului tehnic perfectionat, substituindu-i-se un simbolism care nu mai e acela al functiilor primare, ci al functiilor super-structurale: omul nu mai proiecteaza în obiectele automatizate gesturi, energie, propri-ile-i nevoi si imaginea trupului sau, ci autonomia constiintei sale, puterea lui de control, individualitatea lui proprie si ideea persoanei sale.

Superfunctionalitate a constiintei al carui automatism se prezinta, de fapt, ca echivalent în obiect. Automatismul tine

sa apara ca un *nec plus ultra*** al obiectului, un fel de transcendere a functiei, corolar al transcen-

dentei formale a persoanei; apoi, mascheaza prin abstractia lui formala faliile structurale, mecanismele de aparare si determinarile obiective. Visul ce bîntuie pîna si obiectele e cel al monadei perfecte si autonome: vis ce ocupa centrul subiectivitatii. Eliberat, în zilele noastre, de animismul naiv si de semnificatiile umane, obiectul gaseste elementele mitologiei sale modeme - si una din caile pe care continua sa o urmeze, automatizarea, e tot o cale de suprasemnificare a omului în esenta lui formala si-n dorintele sale inconstiente - în însasi existenta lui tehnica (prin proiectare în tehnic a autonomiei absolute a constiintei individuale), contrariindu-si astfel în mod tenace, poate iremediabil, finalitatea structurala concreta si posibilitatea de ,,a ne schimba viata".

si reciproc: automatizînd si multifunctionalizîndu-si obiectele în loc sa tinda la o structurare fluida si deschisa a practicilor, omul arata, într-un fel anume, ce semnificatie primeste el însusi într-o societate tehnica: cel mai frumos obiect, priceput la toate, model instrumental.

în acest sens, automatizarea si personalizarea nu sînt deloc contradictorii. Automatizarea nu e altceva decît personalizarea visata la nivelul obiectului. E forma cea mai

împlinita, cea mai sublima a inesentialului, a diferentei marginale prin care functioneaza raportul personalizat al omului cu obiectele lui[5].

ABERANTA FUNCȚIONALĂ: GADGETUL

In sine, automatizarea e doar o deviere a tehnicii, însa ea se deschide asupra întregului univers al delirului functional. Altfel spus, întregul cîmp al obiectelor fabricate, în care o complicatie irationala, obsesia detaliului, tehnicitatea excentrica si formalismul gratuit. în aceasta zona poli-, para-, hiper-, si meta-funtionala, departe de determinarile obiective, obiectul e reluat integral în imaginar. Daca jn automatizare se proiecta traditional imaginea constiintei, în lumea "schizofunctionala" nu se mai înscriu decît pure obsesii. Aici ar trebui scrisa o întreaga patafizica a obiectului - stiinta a rezolvarilor tehnice imaginare.

Daca supunem obiectele din jur acestei întrebari: ce e structural în ele, si ce astructural? Ce e obiect tehnic, si ce accesoriu, gadget, indice formal? ne vom da seama ca traim în plin mediu neotehnic, într-o ambianta pronuntat retorica si alegorica. De altfel, tocmai barocul inaugureaza cu adevarat epoca moderna, prin predilectia pentru alegorie, noul individualism al discursului, redundanta formelor si trucarea materiilor, ca si prin formalismul demiurgic - rezumînd anticipat, pe plan artistic, toate temele si miturile erei tehnice, inclusiv paroxismul formal al detaliului si al miscarii.

La acest nivel, echilibrul tehnic al obiectului e rupt: s-au dezvoltat prea multe functii accesorii, *în care obiectul nu mai e decît necesitatea de a functiona,* sau o superstitie functionala: pentru orice operatiune, exista sau

trebuie sa existe un obiect posibil; daca nu exista, trebuie inventat. Tocmai acesta e siretlicul concursului Lepin, care, fara a aduce nici o inovatie, pune la punct obiecte cu o functie extraordinar de specifica si perfect inutila, prin simpla combinatie de stereotipuri tehnice. Functia vizata e atît de precisa încît nu poate fi decît un pretext: de fapt, obiectele sînt *subiectiv* functionale, altfel spus obsesionale. Iar demersul invers, "estetic", care lasa deoparte functia pentru a preamari frumusetea mecanismului pur, e acelasi lucru. Aceasta deoarece, pentru inventatorul concursului Lepin, faptul ca reusim sa scoatem ouale din cartonul lor folosind energia solara, sau orice alta operatiune la fel de derizorie, e doar un alibi al manipularii si contemplarii obsedante. Ca orice obsesie de altfel, si acestea pot avea o calitate poetica, pe care o sesizam mai mult sau mai putin în masinariile lui Picabia, în mecanismele lui Tinguely, în simplele rotite ale unui ceas iesit din uz sau în orice obiect despre care nu mai prea stim la ce serveste, dar în fata mecanismului caruia traim o fascinatie plina de emotii. Lucrul care nu mai serveste la nimic poate sa *ne* serveasca noua însine.

PSEUDO-FUNCȚIONALITATEA: MAsINUL

"Masinul"*** e un concept care rezuma functionalismul în gol. Orice ,,masin" e înzestrat cu virtuti operatorii. Daca masina îsi declara functia prin însusi numele ei, "masinul" ramîne, în paradigma functionala, un termen indeterminat, cu nuanta pejorativa de "lucru care nu are nume", sau pe care nu-l putem numi (imoralitatea unui obiect despre care nu stim exact la ce foloseste). Cu toate acestea, %el functioneaza. Paranteza nesigura, obiect rupt de functia sa, "masinul" - sau "trucul", cum spun unii - face sa se ghiceasca o functionalitate vaga, nelimitata, care e mai degraba imaginea mentala a unei functionalitati imaginare.

E imposibil sa punem în ordine întregul cîmp al polifunctionalitatii obsesive: de la acel "Vistemboir" al lui Marcel Ayme, despre care nimeni nu stie ce e, dar care serveste necesarmente la ceva, la "lucrul" de la Radio Luxemburg, joc inepuizabil de întrebari prin care unii dintre auditori încearca sa aproximeze numele cutarui obiect infim (lamela inoxidabila, facuta dintr-un aliaj special, pe care o gasim în fundul trombonului cu culisa, si care serveste în mod deosebit la ...), de la neînsemnatele ocupatii casnice de duminica la super-gadgetul în stil James Bond se desfasoara întregul muzeu al accesorilor miraculoase, a carui încoronare e giganticul efort industrial de producere de obiecte si gadgeturi, de "masinuri" cotidi-ene care nu sînt cu nimic mai prejos, în specializarea lor maniaca, de stravechea imaginatie baroca a celor ce fac de

toate. Caci ce-am mai putea spune despre masinile de spalat vase cu ultra-sunete, care îndeparteaza resturile fara ca cineva sa se atinga de ele; dar despre prajitorul de pîine ce ne îngaduie sa obtinem noua grade diferite de prajire, sau despre lingurita mecanica pentru preparat coctailuri? Ceea ce era cîndva doar excentricitate

fermecatoare si nevroza individuala devine, în stadiul serial si industrial, destructutarea cotidiana neîncetata a unui spirit prada nebuniei sau exaltat de amanunte.

Daca ne gîndim la tot ce poate fi calificat drept "masin", vom fi în-spaimîntati de volumul de obiecte ce se refera la acest concept gol. Ne vom da seama ca proliferarea detaliilor tehnice ale lor e însotita, la fiecare dintre noi, de o enorma slabiciune conceptuala, si ca limbajul nostru e în mare întîrziere fata de structurile de articulare functionala a obiectelor de care ne folosim oarecum firesc. în civilizatia noastra, apar tot mai multe obiecte, iar termenii ce le desemneaza sînt tot mai putin numerosi. Daca "masina" a devenit un termen generic precis (si nu a fost întotdeauna asa: la sfîrsitul secolului al XVIII-lea, mai avea înca sensul actual al "masinului"), pe masura ce a trecut în domeniul muncii sociale, "masinul" acopera tot ceea ce, specializându-se si încetînd sa mai raspunda vreunei exigente colective, scapa formularilor si cade în mitologie. Iar daca "masina" tine de domeniul "limbii" functionale, "masinul" de refera la domeniul subiectiv al "vorbirii". E inutil sa mai spunem ca, într-o civilizatie în care se în-

multesc obiectele neformulate (sau greu de formulat, atît prin neologisme cît si prin parafrazare), rezistenta noastra la mitologie e mult mai slaba decît într-o civilizatie a obiectelor cunoscute si numite pîna în cele mai mici detalii. Traim într-o lume a "soferilor de duminica", cum spune G. Friedmann, a oamenilor care nu s-au aplecat niciodata asupra motorului, *si pentru care functionarea lucrurilor nu e doar un simplu fapt, ci un mister.*

Daca admitem ca mediul în care traim, si prin urmare viziunea noastra cotidiana despre lume, e în mare masura unul de simulacre functionale, trebuie sa ne întrebam ce superstitie prelungeste aceasta neputinta concep-, tuala, compensînd-o. Care e misterul functional al obiectelor? E obsesia vaga, dar tenace, a unei lumi-masina, a unui mecanism universal. Nici masina nu e o forma împlinita, nici masinul una degradata. Cele doua sînt de ordin diferit. Prima e un operator real, al doilea unul imaginar. Masina semnifica un anumit ansamblu practic real, prin faptul ca-l structureaza. în ce-l priveste, masinul semnifica doar o operatie formala, aceasta fiind însa operatia *totala* a lumii. Calitatea masinului, desi e derizorie în realitate,[6] e universala în imaginar. Fleacul electric ce serveste la scoaterea din fructe sau noul accesoriu de aspirator pentru curatirea partii de sus a dulapurilor nu sînt, poate, mai practice: ele satisfac însa credinta ca exista un executant masinal posibil pentru orice nevoie - si ca orice problema practica (si chiar si psihologica) poate fi prevazuta, preîntîmpinata si rezolvata dinainte de un obiect tehnic,

rational, adaptat, absolut adaptat - la ce însa? N-are nici o importanta. Esentialul e ca lumea e data ca fiind "rezolvata prin operatiuni" - dinainte. Semnificatul real al "masinului" nu e asadar sîm-burele de pruna sau partea de sus a dulapului, ci întreaga natura, reinventata conform unui principiu tehnic al realitatii: un simulacru total de natura automatizata. Iata mitul si misterul lui. si ca orice mitologie, si a lui are doi

76

77

versanti: daca mistifica omul scufundîndu-l în visul functional, mistifica si obiectul, scufundîndu-l în determinatii umane irationale. Exista un raport strîns de complicitate între Umanul - prea uman - si Functionalul - prea functional: impregnarea lumii umane cu o finalitate tehnica e întotdeauna, si în acelasi timp, o impregnare a tehnicii cu o finalitate umana - si în bun si în rau. Omul e sensibil mai mult la perturbarea relatiei umane prin interventia absurda si totalitara a tehnicii, si mai putin la perturbarea evolutiei tehnice prin interventia absurda si totalitara a umanului. Cu toate acestea, tocmai irationalul umanitatii si fantasmele lui alimenteaza "masinul" din spatele oricarei masini; altfel spus, chiar ele fac sa izbucneasca fantasma functionala, din spatele practicii functionale concrete.

Adevarata functionalitate a masinului e de natura inconstienta: iata de ce el exercita o mare fascinatie. Daca e absolut functional si absolut adaptat - dar la ce? - e din cauza ca e adaptat la alte exigente decît cele practice. Mitul unei functionalitati miraculoase *a lumii* e corelativ cu fantasma unei functionalitati miraculoase *a trupului.* Schema solutionarii tehnice a lumii e legata de schema împlinirii sexuale **a** subiectului: în acest sens, masinul, care e prin excelenta un instrument, e în mod fundamental un substitut al falusului, si prin excelenta mediul operatoriu al frunctiei. De altfel, orice obiect e întrucîtva masin: în masura în care instrumentalitatea lui practica se estompeaza, poate fi investit cu una libidinala. E cazul jucariilor copilului, al unei pietre sau bucati de lemn a "primitivului", al unui mic stilou ce devine fetis în ochii "necivilizatului", dar si al cutarui dispozitiv mecanic dezafectat sau al udui obiect vechi pentru "omui civilizat".

în orice obiect, principiul de realitate poate fi pus mereu între paranteze. *E de ajuns ca practica concreta a obiectului sa se fi pierdut pentru ca acesta sa fie transferat între practicile mentale.* Ceea ce înseamna pur si simplu ca în spatele fiecarui obiect real se afla un obiect visat.

Lucru care ne-a izbit cînd am prezentat obiectele vechi. In vreme însa ce, pentru acestea, transcendenta sau abstractia mentala erau raportate mai curînd la materie si la forma, precum si la un complex involuntiv al nasterii, obiectele pseudo-functionale, "masinii", sînt legate de transcendenta

abstracta *a functionalitatii,* si prin aceasta de un complex proiectiv si falie al puterii. Aceasta e, repetam, o distinctie analitica; deoarece daca obiectele nu au în general decît o functie precisa, au în schimb o functionalitate "mentala" nelimitata: în ea, toate fantasmele îsi pot gasi un loc. Cu toate acestea, o evolutie a imaginarului lor e indicata de trecerea de la o structura animista la una energetica: obiectele traditionale erau martori ai *prezentei* noastre, simboluri statice ale organelor corpului uman. Obiectele tehnice exercita o fascinatie diferita, deoarece trimit la o *energie* virtuala, nemaifiind astfel receptacole ale prezentei noastre, ci purtatori ai propriei noastre imagini dinamice. si în acest caz ar trebui, de altfel, sa aducem nuante, deoarece energetica aparatelor cele mai moderne devine si ea discreta, iar forma acestora - ca învelita în ceva, si de asemenea eliptica.

78

într-o lume a comunicarii si a informatiei, spectacolul energiei e tot mai **rar.**Miniaturizarea si schematismul sarac al gesticii le rapesc obiectelor evidenta simbolica[7]. Cu toate acestea, sa nu ne nelinistim: daca uneori obiectele scapa controlului practic al omului, nu scapa niciodata de o investire imaginara. *Modalitatile imaginarului urmeaza modalitatile evolutiei tehnice,* **iar** modalitatea viitoare a eficientei tehnice va da nastere si ea unui nou imaginai". Aspectele acestuia sînt înca greu de prevazut, dar e posibil ca dupa structurile unui imaginai' animist si dupa cele ale unui imaginar energetic va veni vremea sa studiem structurile unui imaginar cibernetic, al carui mit central nu va mai fi cel al unui functionalism absolut, ci acela al interrelationalitatii absolute a lumii. Pentru moment, mediul înconjurator cotidian e împartit între cele trei luni, înca în proportii inegale. Vechiul bufet, automobilul si magnetofonul coexista în acelasi cerc: cu toate acestea, sînt radical diferite dupa modul existentei lor imaginare, ca si dupa cel al existentei lor tehnice.

în orice caz, oricare ar fi functionarea obiectului, o simtim ca pe o functionare *a noastra.* Oricare ar fi modalitatea lui de existenta, ne proiectam în ea, chiar daca e absurda ca în cazul "masinului". Ba chiar cu atît mai mult cu cît e mai absurda. Aceasta în virtutea celebrei formule, magica si comica totodata: "iata un lucru care poate servi la ceva". Daca obiectul serveste într-adevar uneori la ceva, mai adesea serveste la orice si la nimic, iar atunci, în mod profund, la aceasta: "poate servi întotdeauna la ceva".

METAFUNCȚIONALITATEA: ROBOTUL

Limita proiectiei imaginare e obiectul visat din science-fiction, domeniul "masinului" pur. Nu trebuie sa credem ca am parasi cotidianul, genul science-fiction nefiind decît extrapolarea acestuia în tendintele lui irationale, gratie unei fabulatii libere. Marturie esentiala despre civilizatia obiectului, careia îi precizeaza unele aspecte, stiinta-fictiune nu are, dimpotriva, nici o valoare profetica. Practic,

nu are nimic de-a face cu viitorul real al evolutiei tehnice: e doar viitorul anterior al acesteia, daca putem spune asa, si se hraneste cu arhaisme sublime, cu un inventar de forme si de functii deja dobîndite. Prea putina inventie structurala, dar e o mina inepuizabila de rezolvari imaginare ale nevoilor si ale functiilor stereotipe, adesea marginale si excentrice. De fapt, e apoteoza treburilor marunte. Dar daca valoarea ei reala de explorare e saraca, e dimpotriva un foarte bogat izvor de documentare în domeniul inconstientului.

în mod deosebit, ea ilustreaza ceea ce am recunoscut ca pe adevarul cel mai adînc, daca nu cel mai irational, al obiectului modem: automatizarea. De fapt, ea a inventat doar un super-obiect: *robotul*. Omul nu va mai trebui sa-si plimbe prin gradina duminica masina de taiat iarba, caci ea va pomi si se va opri singura. E oare acesta singurul destin posibil al obiectelor? Drumul care le sta în fata - a progresa ineluctabil în functia lor actuala

pîna la automatizare (si, poate, pîna la mimetismul total al autogenerarii "spontane" - rîsnitele de cafea produc, la rîndul lor, alte mici rîsnite de cafea - cum îsi închipuie copiir) - are mai putin de-a face cu tehnicile viitoare ale umanitatii, si mai mult cu determinarile ei psihologice actuale, în acest sens, mitul robotului rezuma toate caile inconstientului în domeniul obiectului. E un microcosmos simbolic al lumii si al omului totodata; cu alte cuvinte li se substituie în acelasi timp ambelor. E sinteza între functionalitatea absoluta si antropomorfismul absolut. Aparatul electric de menaj e precursorul lui. Din acest motiv, robotul nu e, de fapt, decît rezolvarea mitologica a unei faze naive a imaginarului: proiectarea unei functionalitati continue si *vizibile*. Caci e nevoie ca substituirea sa fie vizibila. Daca robotul îsi afiseaza atît de limpede acaracterul de proteza mecanica (trupul îi e metalic, gesturile discontinue, sacadate, inumane), e pentru a ne fascina în deplina siguranta. Daca ar fi dublul omului, pîna si în supletea gesturilor, ar trezi spaime. Ceea ce trebuie el sa fie e simbolul unei lumi total - si deopotriva - functionalizata si personalizata, prin urmare dîndu-ne siguranta pe toate planurile, în care puterea abstracta a omului se poate încarna pîna la limita ei extrema, fara a cadea în identificare[9].

Daca robotul e, pentru inconstient, obiectul ideal care rezuma toate celelalte obiecte, aceasta nu se întîmpla din cauza ca ar fi simulacrul omului ca eficienta functionala, ci pentru ca, fiind acest lucru, nu e îndeajuns de perfect pentru a fi dublul omului, si deoarece, fiind om, ramîne în mod vizibil un obiect, prin urmare un *sclav*. De fapt, robotul e mereu un sclav. Poate avea toate calitatile, în afara de una, care-i asigura omului dominatia: sexul. Tocmai prin aceasta limitare, ^el îsi exercita fascinatia si valoarea simbolica. Prin polifunctionalitate, confirma stapînirea falica a lumii de catre om, însa în acelasi timp poarta marturie (fiind

controlat, stapînit, pus" sa functioneze, asexuat) despre faptul ca falusul e un sclav, si ca sexualitatea a fost domesticita, nemaitrezind spaime - din el nu mai ramîne decît functionalitatea docila, încarnata (ca sa spunem asa) într-un obiect ce ne seamana; functionalitate care supune lumea, dar care ne e supusa: partea amenintatoare a fiintei noastre, cu care de acum încolo ne putem mîndri ca si cum ar fi un sclav preaputemic facut dupa chipul nostru, a fost exorcizata.

Acum vedem de unde vine tendinta noastra de a duce fiecare obiect spre stadiul de robot. în acest stadiu, obiectul îsi încheie functia psihologica inconstienta, si tot în el ia sfîrsit si el însusi, deoarece robotul nu are nici o evolutie: *e întepenit în propria-i asemanare cu omul,* si-n abstractia functionala cu orice pret. si tot robotul marcheaza sfirsitul sexualitatii genitale active, deoarece sexualitatea proiectata în el e neutralizata, dezarmata, exorcizata, fixata în obiectul pe care-l imobilizeaza. Abstractizare narcisista: universul de science-fiction e o lume asexuata.

Robotul mai e însa interesant si pentru altceva. Fiind sfirsitul mitologic al obiectului, aduna în el toate fantasmele ce bîntuie în relatiile noastre de profunzime cu mediul.

Daca robotul e sclav, trebuie sa amintim ca tema sclavului e legata întotdeauna (chiar si-n legenda ucenicului vrajitor) de tema *revoltei.* Sub orice forma s-ar manifesta, razvratirea robotului nu e rara în cartile de science-fiction; e întotdeauna implicita. Ca si sclavul, robotul e, în acelasi timp, bun si perfid; foarte bun, precum puterile înlantuite, si foarte rau - asemenea celor dezlantuite. Or, omul are toate motivele sa se teama (ca si ucenicul vrajitor) de redesteptarea fortelor conjurate sau înlantuite - care-i seamana. Aceste forte reprezinta, de fapt, propria-i sexualitate, ce se întoarce împotriva lui si de care îi e frica. Eliberata, dezlantuita, razvratita, sexualitatea devine dusmanul de moarte al omului: lucru manifestat prin numeroasele si imprevizibilele rasturnari de situatie din lumea robotilor, transformarile lor malefice sau, pur si simplu, spaima unei atari convertiri brutale - mereu posibila. Caci omul e prada puterilor cele mai adînci care-l stapînesc, si se trezeste în fata propriului dublu, înzestrat cu energia acestuia; or, legenda arata ca aparitia dublului e aducatoare de moarte. Reînvierea, prin revolta, a energiilor falice pentru moment supuse - iata sensul perfidiei mecanice a robotilor, ce semnifica de asemenea si dezintegrarea functionala a ambiantei. în aceasta situatie, în povestiri apar doua rezolvari: omul îmblînzeste puterile raului, lucrurile reintrînd astfel în ordinea "morala", sau puterile încarnate în obiect se distrug una pe cealalta, automatizarea fiind dusa pîna la sinucidere. Tema robotului ce se defecteaza mortal si a autodistrugerii e si ea frecventa în science-fiction, ca un corolar al temei revoltei. Pasiunea cititorului e tinuta treaza de un fel de apocalips secret al obiectelor, al Obiectului. Am putea fi tentati sa a-propiem aceasta poveste de condamnarea morala a caracterului

luciferic al stiintei: cum tehnica se îndreapta spre propria-i pierzanie, omul îsi regaseste natura lui buna. Aceasta tema morala, e fara îndoiala, activa în povestirile de fictiune, dai' e, în acelasi timp, prea naiva si prea rationala. Morala n-a fascinat pe nimeni, niciodata; or, dezagregarea asteptata a robotului ne aduce o ciudata satisfactie. Ceea ce impune recurenta fantasmei de dezintegrare rituala, prin care culmineaza triumfalismul functional al obiectului, e mai putin o constrîngere morala cît o dorinta fundamentala. Avem în fata spectacolul savurat al mortii, si daca admitem ca robotul simbolizeaza sexualitatea aservita, admitem si ca dezintegrarea lui constituie, pentru om, spectacolul simbolic al dezagregarii sexualitatii sale, pe care o distruge dupa ce si-a supus-o propriei imagini. Urmîndu-l pe Freud pîna la ultimele consecinte, ne putem întreba daca nu cumva omul nu celebreaza, în avatarurile unei tehnici care a luat-o razna, evenimentul viitor al mortii sale, în cazul în care nu renunta la sexualitate pentru a se elibera de spaima.

O manifestare foarte la moda ne aduce în apropierea marelui eveniment al genului science-fiction: "sinuciderea" sau distragerea obiectului: sfirsitul fericit ("evenimentul"), care are aspectul unui act destructiv orgiastic, al unei înjosiri a obiectelor sau al unui holocaust prin care p întreaga civilizatie saturata îsi sarbatoreste totala degradare si moartea. în S.U.A.,

aceasta viziune a fost comercializata printr-o moda: toata lumea poate cumpara minunate masinarii cu rotite, biele, transmisii etc: adevarate bijuterii functionale inutile a caror virtute e faptul ca se dezagrega singure dupa cîteva ore de functionare, brusc si definitiv. Oamenii îsi ofera reciproc astfel de cadouri, **iar** defectarea, apoi distragerea si moartea lor, e prilejul unei petreceri între prieteni.

Fara a merge mai departe, semnalam prezenta, în anumite obiecte, a unui fel de fatalitate. si aici automobilul are un rol privilegiat. în el, omul se angajeaza cu tot ce are mai bun sau mai rau. Se serveste de el, dar totodata accepta din partea lui - am putea spune chiar ca asteapta - un destin a carui imagine rituala apare, de exemplu, în salile de cinema: moartea în masina.

AVATARURILE TEHNICII

Iata cum putem asadar studia mitologiile functionale, nascute din telurica însasi: pîna la acel gen de fatalitate în care tehnica stapînirii lumii se cristalizeaza într-o finalitate inversa si amenintatoare. Ajunsi aici, va trebui:

1. sa punem din nou problema fragilitatii obiectelor si a eseculi lor: daca la început ni se ofera ca ducînd siguranta si ca factor de echilibra, fie el si nevrotic, obiectele constituie si un factor constant de deceptie.

2. sa readucem în discutie ipoteza implicata, în societatea noastra, a rationalitatii scopurilor si mijloacelor în ordinea de productie si în proiectul tehnic însusi. \

Acestea sînt doua aspecte ce concureaza disfunctionalitatea si contrafi-nalitatea obiectului: un sistem socio-economic de productie si un sistem psihologic al proiectarilor. Vom încerca sa definim implicarea reciproca a celor doua sisteme si modul în care ele se intersecteaza.

Societatea tehnica îsi trage puterile dintr-un mit tenace: progresul neîntrerupt al tehnicilor si "întîrzierea" morala a oamenilor fata de ele. Cele doua aspecte sînt solidare: "stagnarea" morala transfigureaza înaintarea tehnicii si face din ea, ca singura valoare sigura, instanta decisiva a so-cietatilor noastre; în acelasi timp, ordinea productiei îsi primeste justificarea pierzîndu-si culpabilitatea. Sub acoperirea unei contradictii morale e eschivata contradictia reala: faptul ca actualul sistem de productie se opune progresului tehnologic real (contribuind totusi la el) - si prin aceasta restructurarii relatiilor sociale. Mitul convergentei ideale a tehnicii, productiei si consumului mascheaza nenumarate contrafinalitati politice si economice. Cum ar fi posibil, ca un sistem de tehnici si de obiecte sa progreseze, în vreme ce sistemul relatiilor dintre oameni, care-l produce pe primul, stagneaza? Oameni si tehnici, nevoi si obiecte se structureaza reciproc, în bine si în rau. Solidaritatea structurilor individuale si sociale cu modalitatile telinice si functionale e aproape o lege, pe o arie data de

civilizatie. Lucra evident si în civilizatia noastra tehnica, în care tehnicile si obiectele sufera de acelasi servituti ca si oamenii: procesul de structurare concreta, prin urmare progresul obiectiv al tehnicilor, sufera de aceleasi blocaje, devieri si regresiuni ca si procesul socializarii concrete a relatiilor umane, asadar al progresului social obiectiv.

Exista un fel de cancer al obiectului: proliferarea elementelor astructu-rale, care face ca triumfalismul lui sa apara ca un cancer. întregul circuit social al modei si al consumului dirijat se organizeaza tocmai prin aceste elemente astructurale (automatizare, accesorii, diferente neesentiale)[10]. Iar evolutia tehnica are tendinta de a se împotmoli în ele. Tot în ele, obiectul, saturat cu anticipatie, se extenueaza în convulsii ale formelor si în schimbari batatoare la ochi, încereînd sa arate ca, în spatele transformarilor, sanatatea lui e perfecta. "Din punct de vedere tehnic, spune L. Mumford *(Technique et Civilisation,* p.341), schimbarile de forma si de stil sînt semnele lipsei de maturitate. Ele arata ca e vorba de o perioada de tranzitie. Capitalismul[11] a facut însa din aceasta perioada de tranzitie una permanenta" . Apoi citeaza faptul ca în SUA, de exemplu, dupa perioada fasta a anilor 1910-

l940, cînd s-au nascut automobilul, avionul, frigiderul, televizorul, etc, inventiile au încetat practic sa apara. Nu îmbunatatirile, perfectionarile si conditionarile - ce tin de prestigiul obiectului -, ci înnoirile structurale. "Principalul obstacol în calea dezvoltarii mai complete a mecanismelor, spune mai departe Mumford, sta în asocierea gustului si modei cu risipa si profitul comercial" (p.303). Pe de o paite, într-adevar, perfectionarile minore, complicatiile si sistemele anexe (de siguranta, de prestigiu) mentin o falsa constiinta a "progresului" si marcheaza urgenta transformarilor esentiale (care ar putea fi numita "reformismul" obiectului). Pe de alta parte, moda - si proliferarea lipsita de coordonare a sistemelor secundare -, reprezentând domeniul întîmplarii, e si acela al concurentei nedefinite a formelor, prin urmare al prosperitatii comerciale maxime. Exista o opozitie fundamentala între verticalitatea tehnicii si orizontalitatea profitului - între depasirea continua a inventiei telinice si încliideiea asupra lui însusi a unui sistem de obiecte si de forme recurente în lumina finalitatii productive.

Tocmai aici apare vocatia obiectelor ca substitute ale relatiei umane. In functia lui concreta, obiectul e rezolvarea unei probleme practice. *în aspectele lui neesentiale e rezolvarea unui conflict social sau psihologic.* Tocmai aceasta e "filosofia" moderna a obiectului la Ernst Dichter, profetul cautarii motivatiilor: conform ei, orice tensiune, orice conflict individual sau colectiv pot fi rezolvate printr-un obiect *(La Strategie du desir,* p.81). Asa cum avem cîte un sfînt pentru fiecare zi a anului, avem si cîte un obiect pentru orice problema: singurul lucra ce trebuie facut e sa-l fabricam si sa-l lansam la momentul potrivit. Acolo unde Dichter vede o rezolvare ideala, Mumford vede, mai precis una prin lipsa; cu toate acestea, si el are aceeasi conceptie despre obiect si tehnica - substitutive ale conflictelor

umane -, conceptie pe care o extinde la întreaga civilizatie, într-o perspectiva critica: "O organizare mecanica e deseori substitutul temporar si costisitor al unei organizari sociale efective sau al unei sanatoase adaptari biologice" (p.244). "Dispozitivele mecanice au sanctionat, într-un fel, ineficitatea sociala" (p.245), si: "în civilizatia noastra, masina, departe de a fi semnul puterii si al ordinii umane, e adesea indiciul inaptitudinii si al paralizei sociale" (p.366).

E greu sa evaluam deficitul global pe care-l constituie pentru ansamblul unei societati diversiunea pe care o aduce tehnica (ea însasi fiind supusa modei si consumului fortat) fata de conflictele si nevoile reale. Deficitul e colosal. Dînd exemplul automobilului, cu greu ne putem închipui ce instrument extraordinar de restructurare a relatiilor umane ar fi putut fi el, gratie stapînirii spatiului si convergentei structurale a unui anumit numar de tehnici. Foarte repede însa, el s-a supraîncarcat cu functii parazitare: de prestigiu, confort, proiectie inconstienta etc, care au încetinit si apoi chiar blocat functia lui de sinteza umana. în prezent, e un

obiect în deplina stagnare. Tot mai îndepartat de functia rai sociala de transportare, dar cap-tînd aceasta functie în modalitati arhaice, el se transforma, se reformeaza si se metamorfozeaza înnebunitor, în limitele de nedepasit ale unei structuri dobîndite. O întreaga civilizatie se poate opri la stadiul automobilului.

Daca distingem trei niveluri concurente de evolutie:

- o structurare tehnica a obiectului: convergenta functiilor, integrare, concretizare, economie;

- o structurare paralela a lumii si a naturii: stapînirea spatiului, controlarea energiei, mobilizarea materiei. P lume tot mai patrunsa de informatii, interrelationala;

- o structurare a practicii umane, individuale si colective, catre o "relativitate" si o mobilitate tot mai mare, o integrare deschisa si o "economie" sociala analoaga celei a obiectelor tehnice cele mai evoluate, vom constata ca, de fapt, în ciuda decalajelor datorate dinamicii proprie fiecareia dintre aceste planuri, evolutia se încetineste sau se opreste pe cele trei planuri simultan. Obiectul tehnic, odata blocat asupra rezultatului dobîndit (al doilea plan: victoria partiala asupra spatiului, în cazul masinii), se margineste sa conoteze structura imobilizata peste care se întorc ca într-un reflex motivatiile subiective de orice ordin (regresia pe planul al treilea). Tocmai atunci, masina, de pilda, pierzîndu-si dinamismul de obiect tehnic (regresie pe planul întîi), intra în raport de complementaritate fixa cu casa: casa si masina constituie un sistem închis, investit cu semnificatii umane conventionale, iar masina, în loc sa fie un factor de relatie si de schimb, devine un adevarat obiect de consum. "Nu numai vechile forme tehnice au frînat dezvoltarea economiei neotehnice, ci si noile descoperiri au contribuit, adesea, la mentinerea, reînnoirea si stabilizarea structurii vechii ordini" (Mumford, p.236). Masina nu mai înlatura obstacolele dintre

oameni, deoarece acestia pun în ea tot ce-i desparte. Spatiul dominat devine un obstacol mai mare decît obstacolul ce trebuie trecut.[12]

TEHNICA sI SISTEMUL INCONsTIENT

Cu toate acestea, ne putem întreba daca nu cumva la originea stagnarii relative a formelor si tehnicilor, ca si a deficientelor sistemelor (a caror mare eficacitate pe planul integrarii sociale poate fi însa verificata, v. *Modele si serii),* sta altceva decît dictatura interesata a ordinei de productie sau o instanta alienanta absoluta. Altfel spus, e vreun "accident social", dupa terminologia lui Mumford, în faptul ca obiectele sînt subdezvoltate? (Daca oamenii ar fi "nevinovati", iar ordinea productiei ar fi, doar ea, raspunzatoare de statutul de minoritate tehnica, am avea de-a face cu un accident, cu o contradictie inexplicabila,

dupa modelul invers al povestii burgheze despre "înaintarea" tehnica si "întîrzierea" morala). în fapt, nu exista nici un accident, ci, daca e vorba sa lasam partea cea mai mare exploatarii sistematice, prin sistemul obiectelor, a unei întregi societati printr-o ordine de productie legata structural de ordinea sociala, o întîlnire, cu alte cuvinte *a* relatie strînsa de complicitate negativa, sau o **implicate**reciproca între disfunctionalitatea sistemului socio-economic si incidenta profunda a sistemului inconstient, pe care am vazut-o iesind la suprafata în sistemul robotului - desi e imposibil de conceput, în fata permanentei si soliditatii acestui sistem, ca undeva ar putea exista o convergenta între ordinea colectiva a productiei si ordinea individuala a nevoilor, chiar daca ultima tine de inconstient.

Daca conotatia si personalizarea, moda si automatizarea se rasfrîng asupra elementelor astructurale pe care pune stapînire productia pentru a le sistematiza motivatia irationala, e poate si din cauza ca omul nu are nici vointa sigura si nici posibilitatea de a depasi aceste structuri arhaice de proiectare - pentru ca apare o profunda rezistenta cînd e vorba de a sacrifica virtualitatile subiective, proiective si recurenta nedefinita a acestora în folosul unei evolutii structurale concrete (în acelasi timp tehnica si sociala) -pentru ca, foarte simplu, exista rezistente profunde cînd rationalitatea trebuie sa se substituie finalitatii contingente a nevoilor. Lucru care poate fi privit ca un eveniment fatal în modul de existenta a obiectelor si a societatilor. Dincolo de un anumit prag de evolutie tehnica si în masura în care nevoile primare sînt satisfacute, avem nevoie de comestibilitatea fantasmatica, alegorica si subconstienta a obiectului cel putin tot atîta cîta avem de adevarata lui functionalitate. De ce oare masinile nu au alte forme (carlinge în fata, linii profilate prin care utilizatorul sa se instaleze eficace în spatiul pe care vrea sa-l parcurga), fiind un substitut al casei sau chiar al subiectului obsedat de forta propriei sale proiectii? Nu cumva din cauza ca forma actuala, ce se exalta în masinile de curse a caror capota exagerat de

lunga e imaginea modelului absolut, îngaduie o proiectie esentiala, mult mai importanta decît progresele facute în arta de a ne deplasa?

Poate ca omul simte nevoia de a supraîncarca lumea cu discursul inconstientului, oprind-o astfel din evolutie. Aici trebuie sa mergem foarte departe. Daca elementele structurale în care pare a se cristaliza cea mai tenace dorinta nu sînt doar niste functii paralele, complicari si supraîncarcari, ci, la modul propriu, disfunctii, caderi si aberatii fata de ordinea structurala obiectiva; daca o întreaga civilizatie pare a abandona astfel o reala revolutie a structurilor sale, si daca toate acestea nu sînt **un** simplu accident

- ne putem întreba daca omul însusi nu înclina mai degraba spre dis-functionalitate (si nu spre functionalitatea în crestere a lumii), dincolo de mitul risipei functionale ("abundenta personalizata"), care, de fapt, ascunde obsesia propriei lui imagini? Nu cumva omul se complace în acest joc al disfunctiilor care face tot mai mult din mediul nostru o lume de obiecte întepenite în propria lor dezvoltare de o serie de excrescente, dezamagite si deceptionante tocmai în masura în care se personalizeaza?

Ceea ce mai sus ne-a aparut ca o dimensiune determinanta a obiectului

- dimensiunea substitutiva - primeste acum o si mai mare forta: la nivelul conflictelor inconstiente, mai mult decît la al celor sociale sau psihologice constiente evocate de Dichter si Mumford, practica tehnicii, în speta consumul de obiecte, joaca un rol de derivativ si de rezolvare imaginara. Tehnica poate fi o mediere eficace în raportul oamenilor cu lumea; aceasta e însa calea cea mai grea. Cea mai usoara e calea sistemului de obiecte ce se inteipun ca o solutie imaginara la orice fel de contradictii, scurtcircuitînd astfel ordinea tehhica si ordinea nevoilor individuale, scurtcircuit în care energia celor doua sisteme se epuizeaza. Nu trebuie asadar sa ne miram daca sistemul obiectelor, ce rezulta din aceasta, poarta semnul eseculi: deficitul structural e doar reflectarea unor contradictii a caror **rezolvare** formala e tocmai sistemul obiectelor. Ca***alibi*** individual sau colectiv la un conflict sau altul, sistemul de obiecte nu poate decît sa aiba seninul refuzului acestor conflicte.

Dai- al caror conflicte? si la ce sînt obiectele un alibi? Omul si-a angajat intiegul lui viitor în încercarea simultana de a îmblînzi energiile naturale din exterior si energia libidinala din interior, toate fiind resimtite ca **o** amenintare si o fatalitate. Economia inconstienta a sistemului de obiecte e un dispozitiv de proiectare si de domesticire (sau de control) a libidoului printr-o eficacitate interpusa. Beneficiu paralel: stapînirea naturii si producerea de bunuri. Atîta doar ca aceasta minunata economie are, pentru ordinea umana, un risc dublu: 1. sexualitatea e exorcizata si aruncata în ordinea tehnica; 2. aceasta din

urma va fi, la rîndul ei, perturbata în propria-i evolutie de energia conflictuala închisa în ea. Apar astfel elementele unei contradictii de nerezolvat si ale unui esec cronic: asa cum functioneaza actualmente, sistemul obiectelor constituie virtualitatea mereu prezenta a unui

consimtamânt la aceasta regresie si tentatia sfîrsitului sexualitatii, a amortizarii ei definitive în recurenta si fuga înainte continua a ordinii tehnice.

în practica, ordinea tehnica pastreaza un anumit dinamism propriu, ce împiedica recurenta nedefinita a unui sistem regresiv perfect, care ar însemna moartea. Cu toate acestea, premisele ei se afla în sistemul obiectelor noastre, iar *tentatia involutivâ îl****bîntuie,*** *coexistînd mereu cu sansele de evolutie.*

Aceasta tentatie involutiva spre ceea ce putem numi moartea - rezolvare a spaimei sexualitatii ia uneori, tot în cadrul ordinei tehnice, forme mai spectaculoase si brutale. si atunci devine tentatia, realmente tragica, de a vedea ordinea tehnica însasi întorcîndu-se împotriva omului care o instituie. Ispita de a vedea reaparind tocmai fatalitatea acelei ordini tehnice care trebuia sa o exorcizeze: un proces de acelasi fel cu procesul descris de Freud - al energiei refulate ce revine prin instanta care a refulat-o, si care face sa se clatine toate mecanismele de aparare. în opozitie cu calmul involutiei lente, tragicul e haul unei rezolvari bruste a conflictului dintre eu si sexualitate. Eruptie ametitoare a energiilor înlantuite în simbolurile stapînirii lumii - obiectele tehnice. Tocmai aceasta înclinatie contradictorie - a învinge fatalitatea si, totodata, a o provoca - se reflecta în ordinea economica a productiei, care, desi produce neîncetat, nu poate produce decît obiecte fragile, în buna parte disfunctionale, sortite unei morti grabite, pregatindu-si asadar distrugerea - nu doar producerea.

Sa fim limpezi: nu fragilitatea în sine e tragica - si nici moartea. E tragica *tentatia*fragilitatii si a mortii. Cînd obiectul devine atotputernic si cînd acest lucru ne contrariaza sau ne face sa disperam, tocmai aceasta tentatie gaseste drum liber de afirmare. Aceeasi satisfactie maligna si ametitoare am vazut-o proiectîndu-se în fantasmele de revolta si de distrugere ale robotului. Obiectul de razbuna. Se "personalizeaza" - de data aceasta în sens rau, în revolta. Aceasta conversiune ostila ne socheaza si ne surprinde, dar trebuie sa admitem ca, foarte repede, apare o supunere în fata razvratirii ca fata de o fatalitate, si un fel de evidenta a fragilitatii care ne place. Plictiseala tehnica ne oboseste teribil, însa o avalansa de plictiseli ne poate provoca euforie. Suferim cînd un ulcior se fisureaza usor, dar daca se sparge cu totul sîntem multumiti. Distrugerea obiectului e primita întotdeauna într-un mod ambiguu. *Ea ne face sa ne pierdem siguranta, dar materializeaza totodata obiectia continua pe care ne-o facem neîncetat noua însine, si care cere si ea satisfactie.* Ne asteptam ca bricheta sa functioneze, însa^ speram, sau poate chiar dorim, sa nu porneasca imediat (Dichter, p.91). încercati sa evocati un

obiect infailibil, si se asemenea deceptia pe care el ar reprezenta-o, tocmai pe planul obiectiei fata de sine. de care vorbeam mai sus: infailibilitatea sfîrseste mereu prin a provoca spaima. si asta din cauza ca o lume fara scaderi ar fi semnul unei resorbtii definitive a fatalitatii, prin urmare a sexualitatii. Iata de ce cel mai mic semn de renastere a acestei fatalitati provoaca în om o satisfactie funda-

mentala: prin spartura creata, sexualitatea reînvie pentru o clipa, chiar daca e o putere ostila (si în aceasta conjunctura e mereu astfel), si chiar daca aceasta explozie semnifica esecul, moartea sau distragerea. O contradictie de profunzime primeste o rezolvare contradictorie: cum ar putea fi altfel?[13] Civilizatia noastra "tehnica", cum o presimtim în modelul american, e o lume în acelasi timp sistematica si fragila. Sistemul obiectelor ilustreaza sistematica fragilitatii, a efemeritatii, a recurentei tot mai scurte si a con-strîngerii de repetare. A satisfactiei si a deceptiei deopotriva. A exorcizarii problematice a adevaratelor conflicte ce ameninta relatiile individuale si sociale. Pentru prima data în istorie, ne-am pomeni, prin societatea de consum, în fata unei tentative organizate, ireversibile, de saturare si de integrare a societatii într-un sistem de neînlocuit format din obiecte care s-ar substitui pretutindeni unei interactiuni deschise între foitele naturii,

nevoi si tehnici - si al carei motor principal ar fi mortalitatea oficiala, impusa si organizata a obiectelor - gigantic sfîrsit colectiv fericit, în care moartea grupului e celebrata prin distrugerea euforica si prin devorarea rituala a obiectelor si a gesturilor[14]. înca o data, putem crede ca în toate acestea e doar o boala infantila a societatii tehnice si sa punem în legatura aceste tulburari de crestere doar cu disfunctionalitatea stmctuiilor sociale actuale (ordinea de productie capitalista). Caz în care, pe termen lung, posibilitatea depasirii ansamblului sistemului e salvata. Daca însa în toate acestea e vorba de altceva decît de o finalitate anarhica a productiei aflata în serviciul exploatarii sociale, si anume de incidenta unor conflicte mai adînci, foarte individuale, repertoriate si amplificate la scara colectiva, speranta transparentei va fi pierduta pentru totdeauna. Tulburaii de crestere a unei societati promisa, de altfel, celei mai bune lumi posibile, sau regresie organizata în fata unor conflicte de nerezolvat? Anarhie a productiei, sau instinctul mortii? Problema ramîne deschisa: care e factorul ce deregleaza o civilizatie?

[1] Trimitem cititorul la analiza retoricii formelor *(Valori de ambianta: formele)* si, pe plan sociologic, la capitolul *Modele si serii.*

[2] în domeniul formelor, de exemplu, aripa masinii conoteaza viteza în absolut si printr-un criteriu de evidenta formala.

* *Servocomanda:* mecanism auxiliar ce asigura automat functionarea unui ansamblu, prin amplificarea unei forte.

[3] Desigur, exista rezistente: o anumita personalizare "eroica" a conducerii, de exemplu, nu se împaca cu schimbarea automata a vitezelor. Dar acest eroism "personal" e sortit sa dispara, vrînd nevrînd.

[4] Chiar si obiectul mecanic mai raspunde acestei exigente: automobilul, de pilda, nu a încetat de a fi socotit o imagine a omului, în ciuda functiei lui de vehicul. Linii, forme, organizare interna, mod de propulsie, carburant - toate virtualitatile structurale sînt negate în el, lasînd calea libera sugestiilor de morfologie, comportament si psihologie umana.

Nec plus ultra (lat.): ceva peste care nu se poate trece, limita de nedepasit. Aici, sensul e de: un superlativ, o chintesenta.

[5] Asupra formalizarii, v. mai departe *Modele si serii.* Automatizarea e de altfel depen-

denta de motivatiile modei si de calculele de productie: o sporire infima a gradului de automatizare e cel mai bun mijloc de a declasa categorii întregi de obiecte.

Fr. *machin:* masculin provenit din *machine,* avînd însa un sens cu totul diferit: obiect sau persoana al carui nume îl ignoram sau ne scapa, sau pe care pur si simplu nu vrem sa-l numim corect. Se foloseste exclusiv în limbajul familiar.

[6] Cu toate acestea, un minim de incidenta practica reala e necesar întotdeauna pentru a servi drept alibi proiectiei imaginare.

[7] în lumea aparatelor miniaturizate, tacute, imediate si impecabile, automobilul ramîne marele obiect spectacular, prin prezenta vie a motorului si a actului de a conduce.

[8] Limita e tocmai aici: o masina în stare sa fabrice o masina identica e tehnologic de neconceput. Acest lucru ar fi, evident, culmea autonomiei, al carei discurs se încheie întotdeauna în tautologie. Imaginarul nu poate însa merge pîna acolo decît poate cu pretul unei regresii magice si infantile pîna la stadiul reduplicarii automate (sciziparitatea). O astfel de masina ar fi, de altfel, si culmea absurdului: singura ei functie fiind de a se reproduce pe sine ar putea ea oare sa curete mazare? în ce-l priveste, omul nu are cîtusi de putin drept unica functie reproducerea. Imaginarul nu e nebunie: el pastreaza întotdeauna diferenta între om si dublul lui.

[9] Aici vom cita din nou povestirea cu automatul din secolul al XVIII-lea (v. mai sus*Mitul functional),* cînd iluzionistul,

printr-o cuhne a artei, îsi face propriile-i gesturi mecanice, decalîndu-si oarecum propria-i aparenta, în scopul de a-i da spectacolului sensul dorit: placerea diferentei dintre automat si om. Spectatorii ar fi fost prea în-spaimîntati daca nu ar fi stiut cine dintre om si automat era "adevarat". Iar iluzionistul stia ca diferenta dintre ei era mai importanta decît perfectiunea automatului, si ca cel mai bine era ca oamenii sa ia masina drept om si pe om drept masina.

[10] V. mai departe, *Modele si serii.*

[11] în mod evident, raspunderea lui e decisiva pentru o anume perioada. Dincolo însa de un prag evolutie tehnica si de difuzare a bunurilor si a produselor, lucrurile sînt mai putin clare.

[12] în acelasi fel, putem admite ca televiziunea sau cinematograful au ratat sau rateaza imense posibilitati concrete de "a ne schimba viata". "Nimeni nu se mira, scrie Edgar Morin *(Le Cinema ou l'homme imaginaire,* p.15), de faptul ca arta filmului s-a trezit, înca de cînd a aparut, radical îndepartata de scopurile ei aparente, tehnice si stiintifice, pentru a se lasa înghitita de spectacol, devenind "cinematograf. Avîntul "cinematografului" a atrofiat dezvoltarile ce ar fi fost firesti". Apoi arata în ce fel încetineala înnoirilor (sunet, culoare, relief) e legata de explorarea cinematografului - mijloc de consum.

[13] Legenda studentului praghez. Imaginea lui a iesit din oglinda, s-a materializat într-un dublu si-l obsedeaza (în urma pactului cu diavolul). E privat de imagine speculara, dar e bîntuit de aceasta, devenita propriu-i dublu. Iar în ziua în care dublul se interpune între el si oglinda, ca-n scena primitiva, trage în el, si-l ucide: se omoara însa pe sine, desigur, deoarece dublul l-a deposedat de propria-i realitate. Cu toate acestea, chiar înainte de a muri, îsi regaseste imaginea reala în cioburile oglizii sparte.

[14] Ceea ce a fost numit *nihilismul* consumului (E. Morin).

D. SISTEMUL SOCIO-IDEOLOGIC AL OBIECTELOR sI AL CONSUMULUI

I. MODELE sI SERII

OBIECTUL PREINDUSTRIAL sI MODELUL INDUSTRIAL

Statutul obiectului modem e dominat de opozitia *model-serie.* într-un fel, lucrurile s-au petrecut asa de cînd lumea. O minoritate sociala privilegiata a servit întotdeauna drept cîmp de experienta pentru stiluri succesive, ale caror rezolvari, metode si artificii au fost difuzate, mai apoi, de artizanatul local. Cu toate acestea, înaintea erei industriale nu putem vorbi nici de "model", nici de "serie". Pe de o parte, omogenitatea obiectelor societatii preindustriale e

mai mare, deoarece modul producerii lor e pretutin-. deni munca manuala, deoarece sînt maf putin specializate în propria lor functie si pentru ca evantaiul cultural al formelor e mai putin vast (ne referim foarte putin la culturile anterioare sau exterioare); pe de alta parte, segregatia între un sector de obiecte ce pot pretinde ca au un "stil" si productia locala, care are doar o valoare de întrebuintare, e mai mare. Actualmente, mesele de ferma au o valoare culturala, în vreme ce acum 30 de ani nu erau utile decît prin serviciile pe care le puteau aduce. în secolul al XVIII-lea, nu exista nici o legatura între masa Ludovic al XV-lea si cea taraneasca: cele doua ordini de obiecte erau despartite de un abis, ca si cele doua clase sociale pe care le reprezentau. Nici un sistem cultural nu le integra[1]. Nu putem spune nici ca masa Ludovic al XlII-lea ar fi fost modelul din care nenumaratele mese si scaune care l-au imitat ar fi dat o serie[2]. Exista o difuzare restrînsa a tehnicilor artizanale, dar nu si a valorilor: "modelul" era absolut, legat de o transcendenta. Nici o serie nu decurgea din el, în sensul modem al cuvîntului. Statutul obiectelor e dat de ordinea sociala: sînt sau nu nobil, caci nobletea nu e termenul privilegiat al unei serii sociale, ci un har ce ma distinge în mod absolut. în cazul obiectelor, echivalentul acestei conceptii transcendente e ceea ce numim "stil".

Distinctia de mai sus e importanta pentru obiectele "de stil", preindustriale, si modelele actuale. Doar ea ne îngaduie sa precizam, dincolo de opozitia lor formala, raporturile reale dintre model si serie în sistemul nostru contemporan.

Facînd remarca ca, într-adevar, importante straturi sociale traiesc din obiecte de serie ce trimit, formal si psihologic, la modelele din care traieste o minoritate sociala, sîntem ispititi sa simplificam problema opunînd aceste obiecte unele altora, transferînd mai apoi valoarea de realitate la un pol sau la altul, în mod exclusiv. Cu alte cuvinte despartim modelul de serie, ex-pediindu-l în imaginar pe unul - sau pe cealalta. Or, nici caracterul cotidian al obiectelor de serie nu e ireal fata de o lume a modelelor care ar fi lumea

valorilor adevarate, si nici sfera modelelor nu e imaginara deoarece se refera doar la o minoritate infima, parînd ca se sustrage, astfel, realitatii sociale. în zilele noastre, gratie informatiei si comunicarii de masa care difuzeaza modelele, a fost stabilita a circulatie nu numai a obiectelor, ci si una "psihologica", care introduce o diferenta radicala între epoca industriala si cea preindustriala, prin distinctia transcendenta a "stilului". Cutare si-a cumpaiat o camera de nuc la magazinul Dubonbois sau cîteva aparate electromenajere de serie, realizînd toate acestea ca pe un vis si o promovaie sociala, dar afla totodata, din presa, la

televizor sau la cinema, ca exista pe piata interioare "armonizate", "functionalizate". Ele îi apar, desigur, ca o lume de lux si de prestigiu de care e despartit aproape inexorabil de lipsa banilor, dar de care nu-l mai desparte vreun statut juridic de clasa si nici o transcendenta sociala de drept. Lucru esential din punct de vedere psihologic, deoarece tocmai din acest motiv utilizarea obiectului de serie e întotdeauna solidara cu postularea implicita sau explicita a modelelor, în ciuda frustrarii sau a imposibilitatii materiale de a ajunge la ele.

în mod reciproc, modelele nu se mai retrag într-o existenta de casta[3], ci se deschid difuzarii de serie, prin inserarea în productia industriala. si ele se propun ca "functionale" (lucru incompatibil cu mobila "de stil"), si ca accesibile tuturor de drept. Prin cel mai umil obiect, fiecare dintre noi participa, de drept, la un model. De altfel, exista tot mai putine modele sau serii pure. Tranzitiile dintre ele se diferentiaza la infinit. Asemenea productiei, obiectul trece prin toate culorile prismei sociale. Iar aceste tranzitii sînt traite în mod cotidian, ca posibilitati sau frustrari: modelul e interiorizat de obiectul ce participa la serie, iar seria e indicata, negata, depasita si traita contradictoriu prin obiectul ce participa la model. Acest curent, ce traverseaza întreaga societate, si care duce seria spre model facînd în acelasi timp ca modelul sa se difuzeze continuu în serie, aceasta dinamica neîntrerupta e însasi ideologia societatii noastre.

OBIECTUL "PERSONALIZAT'

Sa retinem ca schema de distribuire model/serie nu se aplica la fel tuturor categoriilor de obiecte. Ea e limpede cînd e vorba de îmbracaminte: rochii Fath / costume de gata, sau de automobile: Facel-Vega / 2 CP. Devine însa mai putin evidenta pe masura ce abordam categorii de obiecte mai specificate ca functie: diferentele se estompeaza chiar cînd e vorba de un "Frigidaire" General Motors si un "Frigeco", de un televizor sau altul. La nivelul micilor ustensile: rîsnita de cafea etc, notiunea de model tinde sa se confunde cu cea de "tip", iar functia obiectului absoarbe foarte liber diferentele de statut, ce sfîrsesc prin a se epuiza în alternanta model de lux/model de serie (aceasta opozitie marcînd punctul celei mai mici rezistente a motiunii de model). Daca trecem acum la obiectele colective, adica la dispozitive mecanice, vom vedea ca, asa cum nu exista masina pura nu

exista nici exemplar de lux: un laminor, chiar daca e unic în lume, e obiect de serie, de îndata ce apare. O masina poate sa fie mai "moderna" decît o alta, fara a deveni, numai prin aceasta, un "model" fata de care celelalte, mai putin perfectionate, ar forma seria. Pentru a obtine aceleasi performante, va trebui sa fabricam alte masini de acelasi tip, adica sa constituim o serie pura, plecînd de la primul termen. Nu poate fi vorba de o gama de diferente calculate

pe care s-ar putea baza o dinamica psihologica. La nivelul functiei pure nu exista modele, deoarece nu exista nici variabile combinatorii.[4]

Alegerea

Nici un obiect nu e oferit pentru consumare într-un tip unic. Ceea ce ne poate fi refuzat e posibilitatea materiala de a-l cumpara. Ceea ce ne e dat însa *a priori* în societatea noastra industriala ca un har colectiv si ca semn al libertatii formale e alegerea. "Personalizarea" se bazeaza tocmai pe aceasta disponibilitate.[5] Cel ce cumpara~depaseste stricta necesitate a cumpararii si se angajeaza *personal* dincolo de ea tocmai în masura în care i se ofera un evantai tot mai larg. De altfel, nici nu mai avem posibilitatea de a nu alege, pentru a cumpara un obiect doar în functie de utilitate; nici un obiect nu se propune, în zilele noastre, ca un "grad zero" al cumpararii. Cu sau fara voia noastra, libertatea de a alege ne constrînge sa intram într-un sistem cultural. Alegerea e prin urmare suspecta: daca o percepem ca pe o libertate ne dam seama destul de putin ca ne e impusa ca atare, si ca prin ea societatea globala ni se impune noua însine. Daca alegem o masina anume, si nu o alta, lucrul acesta ne personalizeaza, poate; faptul de a alege ne prinde însa în ansamblul ordinei economice. "Simplul fapt de a alege un obiect sau un altul, pentru a ne distinge de ceilalti, e în sine un serviciu social" (Stuart Mill). înmultind obiectele, societatea abate asupra lor capacitatea de alegere, neutralizînd astfel pericolul pe care-l constituie pentru ea, dintotdeauna, exigenta personala. Plecînd de aici, e limpede ca notiunea de "personalizare" e mai mult decît un argument publicitar: e un concept ideologic fundamental al unei societati ce vizeaza, prin "personalizarea" obiectelor si a credintelor, mai buna integrare a persoanelor.

Diferenta marginala

Corolarul faptului ca orice obiect ne soseste printr-o alegere e faptul ca, la drept vorbind, nici un obiect nu se propune ca unul de serie; toate se vor modele. Cel mai neînsemnat se va distinge de celelalte printr-o diferenta: culoare, accesorii, amanunte. Diferenta care e data, mereu, ca specifica:

"Aceasta lada de gunoi e absolut originala, Gilac Decor a înflorit-o pentru dumneavoastra."

92

"Acest frigider e revolutionar: are un compartiment de congelare suplimentar si un încalzitor pentru unt."

"Acest aparat de ras electric reprezinta vîrful progresului: e hexagonal si antimagnetic."

De fapt, aceasta diferenta e una marginala (dupa terminologia lui Ries-man), mai bine spus una neesentiala. într-adevar, la nivelul obiectului industrial si al coerentei lui tehnologice, exigenta de personalizare nu poate fi

satisfacuta decît prin inesential. Pentru a personaliza automobilele, producatorul ia un sasiu de serie si un motor de serie, modificînd cîteva caracteristici exterioare sau adaugînd cîteva accesorii. Ca obiect tehnic esential, automobilul nu poate fi personalizat. Pot fi personalizate doar aspectele lui inesentiale.

Natural, cu cît are sa raspunda la mai multe exigente de personalizare, cu atît caracteristicile lui esetiale vor fi mai grevate de servituti externe. Caroseria se îngreuneaza cu accesorii, formele contravin normelor tehnice de fluiditate si mobilitate a unui vehicul. Diferenta "marginala" nu e asadar doar marginala: ea contrazice esenta obiectului tehnic. Functia de personalizare nu e numai o valoare adaugata, ci una parazitara. Tehnologic vorbind, nu putem concepe, în sistemul industrial, nici un obiect personalizat care, prin aceasta, nu si-ar pierde tehnicitatea optima. Cea mai grea raspundere o are însa ordinea productiei, care promoveaza neîncetat inesentialul, pentru a stimula consumul.

42 de combinatii de culori, de pilda, într-o singura nuanta sau în doua, va permit alegerea Arianei *dumneavoastra,* si chiar si aripa înfrumusetata ultraspeciala poate fi cumparata de la concesionar odata cu masina. Caci toate aceste diferente "specifice" sînt, desigur, reluate si serializate în productia industriala. *Moda este tocmai aceasta serialitate secunda*. Pîna la urma totul e model, si nu mai exista modele. în spatele seriilor limitate succesive, apare însa o

tranzitie discontinua spre serii tot mai limitate, bazate pe diferente tot mai infime si mai specifice. Nu mai exista modele absolute carora li s-ar opune categoric obiectele de serie lipsite de valoare, în acest caz, nu am mai avea nici un temei psihologic pentru a alege, si prin urmare nu ar mai exista nici un sistem cultural posibil. Sau, cel putin, nici un sistem cultural apt de a integra societatea industriala moderna în ansamblul ei.

Idealitatea modelului

Cum se pune în miscare acest sistem de personalizare si de integrare? Prin faptul ca, în diferenta "specifica", realitatea sociala a obiectului e neîncetat negata si contestata, în favoarea modelului. Dupa cum am vazut, aceasta diferenta e, obiectiv, inesentiala. Adesea, ea ascunde o lacuna tehnica.[7] De fapt, e o diferenta prin lipsa. E traita însa întotdeauna ca distinctiva, ca un exponent de valoare, ca o diferenta prin exces. Nu e

nevoie, prin urmare, sa existe pentru fiecare categorie de obiecte modele concrete; unele obiecte nici nu au: diferentele infime, traite mereu în mod pozitiv, sînt suficiente pentru a împinge seria înainte, creînd aspiratia la un model ce nu poate fi decît virtual. Diferentele marginale sînt motorul seriei si alimenteaza mecanismul integrarii.

Seria si modelul nu trebuie privite ca termenii unei opozitii sistematice, în care modelul ar fi un fel de esenta care, împaitita si apoi înmultita prin conceptul de masa, ar ajunge la serie, fiind astfel starea mai concreta si mai densa a obiectului, ce s-ar vedea intrat într-un circuit si difuzat printr-o serie dupa propria-i imagine. Opozitia model/serie e deseori un fel de proces entropie, omolog celui al degradarii în caldura a formelor mai nobile ale energiei. Aceasta conceptie, ce deduce seria din model, ascunde realitatea traita, a carei miscare e tocmai inversa: o inductie continua a modelului plecînd de la serie - asadar nu o degradare (care ar fi de netrait), ci o aspiratie.

De fapt, se vede foarte bine ca modelul se afla pretutindeni în serie. El e cea mai mica diferenta "specifica" ce distinge un obiect de un altul. Am remarcat aceeasi miscare în colectie, unde fiecare termen poarta în el o diferenta relativa ce-l fac sa fie, pentru o clipa unul privilegiat - un model -, toate distinctiile relative trimitînd unele la altele si rezumîndu-se în diferenta absoluta - în fapt însa *doar în ideea* de diferenta absoluta care e Modelul. Acesta exista sau nu. Automobilul Facel-Vega exista, însa toate diferentele de culori sau de capacitate cilindrica trimit, în cele din urma, la ideea de Facel-Vega. *E esential ca modelul sa fie doar ideea de model.* Acest lucra îi îngaduie sa fie prezent pretutindeni, în orice diferenta relativa, integrînd astfel întreaga serie. Prezenta efectiva a unei Facel-Vega ar bloca cu totul satisfactia "personalizata" în orice alta masina. Prezumtia ei idealizata serveste însa drept alibi si ca model eficace personalizarii în ceea ce nu e Facel-Vega. Modelul nu e nici sarac, nici bogat: e o imagine generica, formata prin cumularea tuturor diferentelor relative, care fascineaza tocmai prin miscarea ce face ca seria sa se nege pe sine trecînd de la o diferenta la alta, si prin circulatia intensa, repercutarea multiplicata *s* substituirea nedefinita - idealizarea formala a depasirii. Un întreg proces evolutiv al seriei e integrat si investit în model.

De altfel, numai faptul ca modelul e doar o idee face posibil procesul personalizarii. Constiinta nu s-ar putea personaliza niciodata într-un obiect, ar fi absurd: ea se personalizeaza într-o diferenta, deoarece aceasta, trimitîndu-ne la ideea singularitatii absolute ("Modelul"), trimite simultan la semnificatul real, adica la singularitatea absoluta a utilizatorului, a cumparatorului sau, cum am vazut deja, a colectionarului. în mod paradoxal oricine dintre noi se simte deosebit printr-o idee vaga, comuna tuturor. Reciproc, consensul imaginai' - ideea de model - va fi reactivat printr-o continua singularizare conforma evantaiului diferentelor seriale. Personalizarea si integrarea merg strict împreuna. Tocmai acesta e *miracolul sistemului.*

Deficitul tehnic

Dupa ce am analizat jocul formal al diferentelor prin care obiectul de serie se da drept model si e trait ca atare, vom analiza, de data aceasta, diferentele *reale* ce disting modelul de serie. Aceasta deoarece sistemul ascendent de valorificare diferentiala prin referire la un *model ideal* mascheaza în mod evident realitatea inversa: destructurarea si descalificarea masiva a obiectului de serie fata de *modelul real.*

Dintre toate servitutile ce afecteaza obiectul de serie, cea mai evidenta e aceea care priveste durata si calitatea lui tehnica. Imperativele de personalizare adaugîndu-se celor de productie, accesoriile vor prolifera, în dauna strictei valori de folosire. Toate inovarile, ca si jocul modei, fac ca obiectul sa fie mai fragil si mai efemer. E o tactica subliniata de Packard *{op. cit.,* p. 63.): "Putem limita în mod voluntar durata unui obiect sau sa-l scoatem din folosinta actionînd fie asupra functiei lui (iata-l surclasat de un altul, superior din punct de vedere tehnologic: de fapt e un progres), fie asupra calitatii lui (se strica sau se uzeaza dupa un anumit timp, în general destul de scurt), fie asupra prezentarii lui (îl putem demoda prin propria noastra vointa: nu ne mai place, desi îsi pastreaza calitatile functionale)."

Ultimele doua aspecte ale acestui sistem sînt solidare: reînnoirea accelerata a modelelor influenteaza, de una singura, asupra calitatii obiectului -de exemplu, ciorapii pot fi oferiti în toate culorile, dar vom avea o calitate mai slaba, iar daca nu, va trebui sa fie facute economii la cercetarea tehnologica, pentru a finanta o campanie publicitara. Daca însa fluctuatiile dirijate ale modei nu ajung pentru a stimula cererea, se va putea recurge la o sub-functionalitate artificiala: "viciul intentionat de constructie".

Brook Stevens: "Toata lumea stie ca noi scurtam intentionat timpul în care produsele ies din uzinele noastre, si ca aceasta politica e temeiul însusi al economiei noastre" (Packard, p. 62.). La limita, nu e absurd sa vorbim, precum Olivier Wendell, de "o minunata cabrioleta, conceputa atît de rational, îneît într-o zi prevazuta dinainte, se disloca într-o clipa" *(Ibid.,* p. 65.). Tot asa, unele piese ale masinilor americane sînt facute pentru a tine doar 60 000 de kilometri. Majoritatea acestor obiecte de serie ar putea fi mult superioare ca si calitate, chiar daca ar fi produse cu un cost de productie sensibil egal - dupa cum spun, discret, chiar producatorii: piesele "fragilizate" costa, de fapt, cam tot atît cît piesele normale. *Trebuie însa ca obiectul sa nu scape de conditia lucrului efemer si a modei.* Tocmai aceasta e caracteristica fundamentala a seriei: în ea, obiectul e supus unei fragilitati organizate. într-o lume a abundentei (relative),*dimensiunea lipsei e definita de fragilitate, care ia locul raritatii.* Seria e mentinuta cu forta într-o sincronie scurta si un univers perisabil. *Obiectul nu trebuie sa se poata sustrage propriei sale morti.* Jocului firesc al progresului tehnic, ce ar tinde

sa resoarba mortalitatea obiectului, i se opune strategia productiei, care încearca din rasputeri sa o pastreze.[8] în domeniul vînzarii se vorbeste despre o "strategie a dorintei" (Dichter), dar putem vorbi si de una a frustrarii: ambele se completeaza pentru a asigura finalitatea exclusiva a productiei - ce apare, astazi, ca o instanta transcendenta ce are nu numai drept de viata, ci si de moarte asupra obiectelor[9]

Cît despre model, el are drept la durata (relativa însa, caci e angajat si *e* în ciclul accelerat al obiectelor). Are drept la soliditate si la "loialitate". In mod paradoxal, el cîstiga lupta într-un domeniu ce parea rezervat seriei prin traditie - valoarea de întrebuintare. Aceasta precumpanire se adauga celei a modei, **iar** calitatile tehnice cautatilor formei, pentru a constitui "functionalitatea" superioara a modelului.

Deficiul de "stil"

Paralel, cînd trecem de la model la serie, calitatile sensibile ale obiectului scad odata cu cele tehnice. Iata exemplul materialului: fotoliul Airbome, de otel si piele, devine un fotoliu din aluminiu si skai: Dubonbois. Peretele din sticla translucida al interiorului model e din plastic în interiorul de serie. Iar mobila din lemn curat va fi o mobila din lemn alb furniruit. Rochia din lîna sau matase de cea mai aleasa calitate se va înmulti într-o confectie de lîna amestecata sau de matase artificiala. Diferentele vor fi marcate prin disparitia, în proportie variabila, nu doar a materiei, ci si a greutatii, a rezistentei, a tonului, a "caldurii". Modelul se distinge, eminamente, prin valori de contact apropiate de calitatile profunde, în vreme ce valorile vizuale - culoare, forma - tind sa se transpuna mai degraba în serie, deoarece se preteaza mai bine jocului de diferentiere marginala.

Nici forma însa si nici culoarea nu trec intact în serie. Finisarea lipseste, si de asemenea spiritul inventiv: chiar daca sînt fidel transpuse, formele sînt private, în mod subtil, de originalitate. Ceea ce-i lipseste prin urmare seriei, nu e atît materia cît o anumita coerenta a materiei si a formei care-i asigura modelului caracterul lui împlinit. Aceasta coerenta, sau ansamblul de raporturi necesare, e distrusa în favoarea jocului diferential al formelor, culorilor sau accesoriilor. Stilul e înlocuit printr-o arta a combinarii. Descalificarea pe care am semnalat-o în planul tehnic ia acum aspectul unei destructurari. In obiectul-model, nu exista detalii, si nici joc al detaliilor: masinile Rolls-Royce sînt negre - numai negre[10]. Astfel de obiecte sînt în afara seriei, în afara jocului. Jocul se largeste în mod proportional la un caracter serial prin obiectele "personalizate" (vom putea gasi 15 sau 20 de nuante diferite la aceeasi marca), pîna cînd totul reintra în pura ustensilitate, în care jocul lipseste din nou (multa vreme masinile de 2 CP. au fost, toate, gri, care nici macar nu era culoare). Modelul are armonie, unitate, omogenitate, coerenta de spatiu, de forma, de substanta, de functie: de o

sintaxa. Obiectul de serie e doar juxtapunere, combinatie întîmplatoare, discurs nearticulat. Fiind de-

totalizat, nu mai e decît o suma de detalii ce tin, în mod mecanic, de serii paralele. Cutare fotoliu e unic prin întîlnirea pielei de culoarea unei salbaticiuni, a fierului negru, a liniei generale si a spatiului care circula împrejurul lui. In obiectul serial ce-i corespunde vedem cum pielea se schimba în plastic, cum nuanta salbatica dispare, cum metalul îsi pierde greutatea sau se galvanizeaza, cum volumele se deplaseaza: totul se destructureaza, iar substanta lui propriu-zisa se instaleaza într-o serie de obiecte din piele falsa; culoarea salbatica, devenita maro, poate fi regasita în mii de obiecte, picioarele din teava metalica sînt identice cu cele ale unor banale scaune etc: obiectul nu mai e decît o compilatie de amanunte si o întîlnire a mai multor serii. Alt exemplu: un automobil de lux de un rosu unic. "Unic" înseamna nu numai ca acel rosu nu mai poate fi gasit nicaieri, ci si faptul ca, împreuna cu celelalte calitati ale masinii, formeaza un tot: masina nu e rosie "pe deasupra". E de ajuns însa ca rosul unui model mai "comercial" sa nu mai fie chiar acelasi, pentru ca acel rosu sa apara în mii de masini - si iata cum rosul cade la nivelul amanuntului, al accesoriului. Masina e rosie "pe deasupra", caci ar fi putut fi verde sau neagra.

Diferenta de clasa

Acest lucru ne va ajuta sa aducem precizari în ce priveste decalajul dintre model si serie. Mai mult decît prin coerenta, modelul se distinge prin nuanta. Asistam cu totii la un efort de stilizare a interioarelor de serie si la încercarea de "a promova gustul la nivelul maselor". în general, rezultatul e monocromia si monostilul. "Cumparati-va o camera de zi baroca sau o bucatarie albastra!" Ceea ce trece drept "stil" e, de fapt, un stereotip, o generalizare lipsita de nuante, a unui amanunt sau aspect particular. Aceasta deoarece *nuanta (în unitate)* e rezervata modelului în vreme ce *diferenta (în uniformitate)* îi revine seriei. Nuantele sînt infinite; sînt inflexiuni mereu reînnoite, prin puterea de a inventa, într-o sintaxa libera. 100 Diferentele sînt în numar finit si rezulta din flexiunea sistematica a unei paradigme. Sa nu ne lasam înselati: daca nuanta pare rara iar diferenta marginala infinita, deoarece beneficiaza de o difuzare masiva, din punct de vedere structural cea care e inepuizabila e nuanta (prin ea, modelul se orienteaza spre opera de arta), în vreme ce diferenta seriala intra într-un sir finit de combinatii, într-o tablatura care, desigur, se schimba continuu din cauza modei, dai-care, în fiecare moment sincronic în care-l avem în vedere, e limitat si strîns supus dictaturii productiei. De fapt, unei majoritati imense i se propune un evantai limitat - în serii, iar unei infime minoritati -o nuantare infinita a modelelor. Primei, un repertoar (uneori vast) de elemente fixe sau cele mai probabile; celei de a doua - o multiplicitate de sanse. Uneia, un cod de valori indexate, alteia o inventie mereu

reînnoita. Avem de a face, prin urmare, cu un statut si o diferenta de clasa.

Plin redundanta caracteristicilor lui secundare, obiectul de serie corn-

penseaza pierderea calitatilor fundamentale. Culorile, contrastele si liniile "moderne" sînt puse sa suprasemnifice; modernitatea e accentuata tocmai cînd modelele ies din ea. în vreme ce modelul are o respiratie, o discretie si un firesc care sînt culmi ale culturii, obiectul de serie e înglodat în propria-i exigenta de singularitate, afisînd o cultura silita, un optimism de prost gust si un umanism primar. Are o scriitura de clasa si o retorica specifica, cum o are si modelul pe a lui: discretie, functionalitate mascata, perfectiune si eclectism.[11]

Un alt aspect al acestei redundante: acumularea. Totdeauna, interioarele de serie sînt prea încarcate cu obiecte. Iar daca sînt prea multe obiecte e din cauza ca e prea putin spatiu. Raritatea determina o reactie de promiscuitate, de saturare. Numarul compenseaza însa pierderea de calitate a obiectelor. Modelul are spatiul lui: nici prea aproape, nici prea departe. Interiorul model e structurat de aceste distante relative, si va avea mai degraba o tendinta spre redundanta inversa: conotatia prin vid[13].

Privilegiul actualitatii

Iar acum, o alta distinctie, de la model la serie: cea a timpului. Am vazut ca obiectul de serie e facut pentru a nu dura. în societatea de consum, generatiile de obiecte mor repede (ca si generatiile umane în societatile subdezvoltate), pentru ca altele sa poata urma dupa ele - iar daca abundenta creste, acest lucru are loc în limitele unei raritati calculate. Problema de mai sus priveste durata tehnica a obiectului. Actualitatea lui, traita prin moda, e însa altceva. [N]

O scurta sociologie a obiectului vechi arata ca piata lui e guvernata de aceleasi legi si, de fapt, se organizeaza dupa acelasi sistem model/serie ca si piata obiectelor "industriale". în aceasta *olla podrida** ce se desfasoara de la mobilierul baroc la Chippendale**, trecînd prin biroul de stil Medicis, Modern Style si falsul stil rustic, vedem cum bunastarea si cultura permit oamenilor sa caute tot mai sus în gama produselor "clasate exceptional", punctul involutiei lor "personale". Exista un *standing*al regresiei, si fiecare dupa mijloacele sale îsi poate oferi o vaza greceasca adevarata sau falsa, o amfora romana sau un ulcior spaniol. în materie de obiecte, trecutul si exotismul au o dimensiune sociala: cultura si venituri. De la clasa bine situata, care din Evul Mediu pîna în epoca Regentei, trecînd prin marea epoca clasica, se aprovizioneaza de la anticari, la clasa medie cultivata care cauta la negustorul de lucruri de ocazie decorul cultural al burgheziei amestecata cu o

taranime ^.autentica" - pîna la personajul rustic gata facut pentru sectorul tertiar (caruia-i plac decorul taranesc devenit foarte burghez cu o generatie înainte si "stilurile" provinciale - de fapt un ghiveci de nedatat, cu reminiscente de "stil"): fiecare clasa are propriul ei muzeu personal cu lucruri de ocazie. într-o masura destul de mare, doar muncitorul si taranul nu se prapadesc dupa lucruri vechi. Aceasta din cauza ca nu

au nici suficient timp, nici destui bani, si mai ales pentru ca nu sînt prinsi înca în fenomenul de aculturare ce afecteaza celelalte clase (ei nu-l refuza constient, ci pur si simplu îi sînt straini). Cu toate acestea, nu le place nici modernitatea "experimentala", nici "creatia" si nici avangarda. Adesea, muzeul lor se va reduce la fieraria cea mai umila, la un întreg folclor de animale din faianta sau din pamînt ars, la bibelouri, cesti, amintiri puse în rama etc, un talmes-balmes de vechituri învecinate cu ultimul aparat electric de menaj. Lucru care nu compromite cîtusi de putin exigenta de "personalizare", care e aceeasi pentru toti. Atîta ca fiecare regreseaza cît poate. Valoarea apare aici prin diferenta culturalizata, si se plateste scump. în nostalgia culturala, ca si în actualitatea modei, exista modele si serii.

Daca vom cauta, în acest evantai, ceea ce se califica drept valoare plina, vom vedea ca e fie extrema avangarda, fie o dimensiune aristocratica a trecutului: vila de sticla si de aluminiu cu linii eliptice sau castelul din secolul al XVIII-lea, un ideal viitor sau Vechiul Regim. La celalalt capat, seria pura si termenul nemarcat nu se situeaza chiar în actualitate (aceasta fiind, împreuna cu viitorul, timpul avangardei si al modelului), si nici într-un trecut transcendent, care e privilegiul bunastarii si al culturii dobîndite, ci într-un trecut "imediat", un trecut nedefinit, care de fapt e un timp în întîrziere fata de prezent, o temporalitate intermediara, în care au cazut modelele de ieri. In moda vestimentara, succesiunea e mai rapida: astazi, functionalele poarta rochii ce copiaza croitoria de mare clasa din ultimul sezon. în mobilier, ceea ce e foarte cumparat a fost la moda cu cîtiva generatii în urma. Timpul seriei e timpul stralucirii precedente: cei mai multi oameni traiesc, în ceea ce priveste mobilierul, într-un timp ce le e strain: timp al generalitatii, al insignifiantei, timp al lucrurilor care nu sînt nici moderne dar nici vechi, care nu vor deveni niciodata astfel, si care corespunde, în spatiu, conceptului impersonal de cartier marginas. De fapt, seria nu reprezinta fata de model doar pierderea singularitatii, a stilului, a nuantei si a autenticitatii, ci si pierderea dimensiunii reale a timpului. Ea apartine unui fel de sector vid al vietii cotidiene - dimensiune negativa, alimentata mecanic de desuetudinea modelului. Caci numai modelele se schimba: seriile nu fac decît sa se succeada în spatele unui model ce fuge mereu înainte. în aceasta sta adevarata lor irealitate.

Necazurile persoanei

"Produsul cel mai cautat în zilele noastre, spune Riesman *(op. cil,* p. 76.), nu mai e nici materia prima, nici masinile, ci personalitatea". într-adevar, o adevarata *constrîngere*de realizare personala îl obsedeaza pe consumatorul actual, în contextul unei mobilitati silite instituita de schema model/serie (care e doar un aspect al unei structuri mult mai ample a mobilitatii si aspiratiei sociale), hi cazul nostru, aceasta constrîngere e de asemenea un paradox: în actul consumului personalizat, e limpede ca

98

99

subiectul, prin însasi exigenta sa de a fi *subiect,* nu face decît sa se produca ca *obiect*al cererii economice. Proiectul lui, filtrat si îmbucatatit cu anticipatie de sistemul socio-economic, va fi descurajat tocmai în miscarea ce tinde sa-l realizeze. "Diferentele specifice" fiind produse la scara industriala, alegerea pe care-o poate face e dinainte imobilizata; îi ramîne doar iluzia unei distinctii personale. Vrînd sa adauge acel ceva care o va singulariza, constiinta se reifica si mai mult în amanunte. Tocmai acesta e para-doxul alienarii: alegerea vie se încarneaza în diferente moarte, iar în bucuria acestora proiectul se neaga si se pierde.

Tocmai aceasta e si functia ideologica a sistemului: în el, promovarea statutara e doar jucata, toate diferentele fiind integrate dinainte. însasi deceptia ce strabate ansamblul e integrata prin fuga înainte a sistemului.

Putem vorbi de alienare? în ansamblul lui, sistemul personalizarii dirijate e trait de imensa majoritate a consumatorilor ca o libertate. Aceasta îi apare ca pur formala doar privirii critice, asemenea personalizarii, care rezuma necazurile persoanei. Chiar si acolo unde publicitatea face sa joace motivatia în gol (marci duble pentru acelasi produs, diferente iluzorii, conditionari variabile etc.) si unde alegerea e prinsa în capcana dinainte, trebuie sa admitem ca diferentele superficiale sînt reale, cînd sînt valorificate ca atare. Cum putem contesta satisfactia omului care-si cumpara un vas de flori sau un aparat de ras "antimagnetic"? Nici o teorie a nevoilor nu ne îngaduie sa dam prioritate unei anume satisfactii traite, în dauna alteia. Daca exigenta valorii personale e atît de profunda încît, în lipsa de altceva, se încarneaza într-un obiect "personalizat", cum sa respingem aceasta miscare - si în numele carei esente "autentice" a valorii?

Ideologia modelelor

Acest sistem se sustine printr-o ideologie democratica. El se vrea o dimensiune a progresului social: posibilitatea tuturor de a avea acces, treptat, la modele, ascendenta sociologica continua care ar îndrepta toate straturile

societatii, unul dupa altul, spre un lux material tot mai mare, si de asemenea tot mai aproape de modelul absolut, prin succesiunea diferentelor "personalizate". Or,

1. în societatea noastra de consuni, sîntem tot mai departe de egalitatea în fata obiectului. Aceasta deoarece ideea de model se refugiaza, concret, în diferente tot mai subtile si definitive: o anumita lungime a fustei, cutare nuanta de rosu, o anumita perfectionare a stereofoniei, cele cîteva sap-tamîni ce despart croitoria de înalta clasa de difuzarea în retele "pret unic" - lucruri efemere ce se platesc foarte scump. O aparenta de egalitate s-a instituit prin faptul ca toate obiectele se supun aceluiasi imperativ de "functionalitate". Aceasta democratizare formala a statutului cultural ascunde însa, cum am vazut, inegalitati mai grave, deoarece afecteaza însasi realitatea obiectului, calitatea lui tehnica, substanta si durata lui. Privilegiile

modelului au încetat de a mai fi institutionale interiorinzîndu-se dar devenind, tocmai prin aceasta, si mai tenace. La fel cum diferite clase nu au avut acces progresiv la responsabilitatile politice dupa revolutia burgheza, nici consumatorii nu au avut acces la egalitatea în fata obiectului dupa revolutia industriala.

2. A lua modelul drept un punct ideal pe care seria îl va atinge cîndva e o pura iluzie. Obiectele posedate ne elibereaza doar ca posesori, trimitîndu-ne înapoi la libertatea nedefinita de a poseda si alte obiecte: progresia e posibila doar pe scara obiectelor, fiind însa o promovare fara iesire, deoarece tocmai ea alimenteza abstractia inaccesibila a modelului. Deoarece modelul nu e, în fond, decît o idee, adica *o transcendenta interioara a sistemului,* acesta poate progresa în mod continuu si sa fuga înainte în întregimea lui; ca sistem ramîne de nedepasit. Nu exista nici o sansa ca modelul sa treaca în serie fara a fi simultan înlocuit cu un alt model. întreg sistemul progreseaza în bloc, dar modelele se substituie unele altora fara a fi niciodata depasite ca atare, si fara ca vreodata seriile ce se succed sa se depaseasca ca serii. Modelele merg mai repede decît seriile, fiind actuale, în vreme ce seriile plutesc undeva între trecut si prezent, caznindu-se sa le prinda. Aceasta permanenta aspiratie si deceptie, orchestrata dinamic la nivelul productiei, constituie însasi dimensiunea vînfttorii de obiecte.

E un fel de fatalitate: din clipa în care o întreaga societate se articuleaza asupra modelelor si converge spre ele, si în care productia se straduieste sa destnictureze sistematic modelele în serii **iar** seriile în diferente marginale si în variante combinatorii pîna acolo încît obiectele primesc un statut tot atît de efemer ca si cuvintele sau imaginile - cînd prin flexiunea sistematica a seriilor întregul edificiu devine paradigmatic, însa într-o ordine ireversibila - scara de statut fiind fixa si regulile jocului statutar aceleasi pentru toti - în aceasta convergenta dirijata, în fragilitatea organizata si în

sincronia permanent distrasa nu mai e posibila nici o negativitate. Gata cu contradictia deschisa, cu schimbarile de structura, cu dialectica sociala! Aceasta deoarece miscarea ce pare a însufleti, dupa curba progresului tehnic, întregul sistem, nu-l poate împiedica pe acesta sa fie fix si stabil în el însusi. Totul e în miscare, aparent totul se transforma, dar cu toate acestea nimic nu se schimba. O astfel de societate, lansata în progresul tehnologic, îndeplineste toate revolutiile posibile, dar sînt miscari de revolutie asupra ei însesi. Productivitatea ei sporita nu se deschide asupra nici unei schimbari structurale.

' Cu toate acestea, diferenta dintre clasele de obiecte nu e deloc atît de clara ca si cea dintre clasele sociale. Distinctia ierarhica absoluta la nivelul ordinilor societatii e temperata, la nivelul obiectului, de folosire: masa are aceeasi functie primara pe întreaga scara sociala.

[2] Daca bufetul Henric al II-lea a devenit mult mai recent mobila de serie, lucrul e datorat schimbarii de sens foarte specifice a obiectului cultural industrializat.

[3] Cu toate acestea nu-si pierd statutul de clasa (v. mai departe).

[4] Nici opera de arta nu tine de model sau de serie. Avem de-a face cu aceeasi alternativa categorica ca si în cazul masinii: aceasta are o functie sau alta, opera de arta e adevarata sau falsa. Nici o diferenta marginala. Dinamica model/serie se refera doar la obiectul privat si personalizat - nu la nivelul operei însesi.

[5] Acolo unde nu exista decat un singur tip (de automobil, în Germania de Est, de pilda), e vorba de un semn al penuriei, anterioara societatii de consum propriu zisa. Nici o societate nu poate privi acest stadiu decît ca pe unul provizoriu.

[6] Vom reveni, mai departe, asupra acestui sistem.

[7] V. *Gadgeturi si roboti,* si mai departe, în acest capitol, descalificarea tehnica a obiectelor de serie.

[8] Desigur, aceasta tendinta ar trebui sa fie frînata de jocul concurentei. într-o societate de productie monopolista însa (S.U.A.), concurenta reala nu mai exista de mult.

Trebuie însa sa admitem ca aceasta strategie cinica nu e doar ea în cauza: apare si complicitatea psihologica a consumatorului. Multi ar fi consternati daca li s-ar cere sa aiba 20 sau 30 de ani aceeasi masina, chiar daca le satisface pe deplin nevoile. în legatura cu aceasta, v. *Gadgeturi si roboti.*

[10] Sau gri: paradigma morala e însa aceeasi.

[11] într-un atare sistem, cei doi termeni nu pot decît sa se suprasemnifice, fiecare în functie de celalalt, devenind prin

aceasta redundanti. De altfel, tocmai aceasta redundanta si suprasemnificatie e modalitatea psiho-sociologica traita a sistemului, care nu e niciodata un pur sistem de opozitii structurale, cum risca uneori sa sugereze descrierea noastra.

[12] Daca traditia burgheza, spontan redundanta (casa plina ochi), se preta acumularii, liniile mai "functionale" ale amenajarii moderne o contrazic. Suprainvestirea spatiului în interiorul modern de serie e prin urmare o inconsecventa si mai grava decît aceea ce se manifesta în interiorul traditional.

[13] Cf. mai sus, *Conotatia formala.* * *Olla podrida* (spân.): ghiveci.

Chippendale: stil englez din anii 1750-l770, echivalent al rococoului european. * Foloseste frecvent lemnul de acaju si aduna influente foarte variate (olandeze, Ludovic al XV-lea, gotic si chinez), îmbinîndu-le cu o deosebita fantezie.

Sectorul tertiar se refera la servicii, nu la producerea directa de bunuri, rezervata agriculturii si industriei.

n. CREDITUL

DREPTURILE sI ÎNDATORIRILE CETĂȚEANULUI CONSUMATOR

Daca în zilele noastre obiectele ne sînt propuse sub semnul diferentierii si al alegerii, ele ne sînt propuse si sub semnul creditului - cel putin obiec-tele-cheie. si daca obiectul ne e pur si simplu vîndut, alegerea lui ne e "oferita", dupa cum ne sînt "oferite" si facilitatile de plata, ca un fel de cadou al ordinei de productie. Creditul e subînteles ca un drept al consumatorului, de fapt ca un drept economic al cetateanului. Orice restrîngere a posibilitatilor de credit e resimtita ca o masura de retorsiune din partea statului, iar o suprimare a creditului (lucra de altfel de neconceput) ar fi traita de ansamblul societatii ca suprimarea unei libertati. La nivelul publicitatii, creditul e un argument decisiv în "strategia dorintei", în care apare ca orice calitate a obiectului: în motivatia de cumparare, însoteste alegerea, "personalizarea" si delirul publicitar, fata de care e un complement tactic. Contextul psihologic e acelasi: anticiparea modelului în serie devine acum anticipare a placerii de a avea obiecte în timp.

De fapt, sistemul creditului nu afecteaza obiectul de serie mai mult decît modelul, si nimic nu ne împiedica sa cumparam o masina[1] Jaguar în rate. Exista totusi un lucru, care e aproape o lege nescrisa: modelul de lux e cumparat cu bani gheata, iar obiectul luat pe credit are putine sanse de a fi model. Exisa si o logica a *standingului* care face ca unul dintre privilegiile modelului sa fie tocmai prestigiul cumpararii cu bani lichizi, în vreme ce constnngerea scadentei e un adaos la deficitul psihologic al obiectului de serie.

O anumita pudoare a presimtit dintotdeauna în credit un pericol moral, si a asezat cumpararea pe bani lichizi printre virtutile burgheze. Putem însa admite ca aceste rezistente psihologice scad progresiv. Daca mai persista, sînt vestigii ale notiunii traditionale de proprietate, si afecteaza îndeosebi mica clasa ce poseda bunuri, credincioasa conceptelor de mostenire, economisire si patrimoniu. Aceste vestigii vor dispare. Daca cîndva proprietatea era mai importanta decît folosinta, în zilele noastre situatia s-a inversat, iar extinderea creditului traduce, printre alte aspecte definite de Riesman, trecerea progresiva de la o civilizatie a "acapararii" la una a practicii. Utilizatorul "pe credit" învata, încetul cu încetul, sa-si foloseasca obiectul în deplina libertate, ca si cum ar fi "al lui". Cu precizarea ca timpul de care are nevoie pentru a-l plati e chiar timpul în care obiectul se uzeaza: "scadenta" obiectului e legata de propria-i degradare (calculele pe care le fac firmele americane merg uneori pîna la a face sa coincida cele doua perioade de timp). Lucru care, în caz de degradare sau de pierdere, implica mereu riscul ca obiectul sa piara înainte de a ajunge la scadenta. Risc ce defineste, chiar si acolo unde creditul pare perfect integrat vietii cotidiene, o lipsa de

siguranta pe care obiectul "patrimonial" nu a cunoscut-o niciodata. Acesta e al meu si sîntem chit. Obiectul pe credit va fi al meu "dupa ce va fi fost platit": el traieste într-un fel de viitor anterior.

Spaima scadentei e foarte deosebita, si sfîrseste prin a constitui un proces paralel ce ne apasa zi de zi, fara ca relatia obiectiva sa ajunga la constiinta: ea bîntuie proiectele umane, dar nu si practica imediata. Fiind ipotecat, obiectul ne scapa în timp, si în fond ne-a scapat întotdeauna. Iar aceasta alunecare o întîlneste, pe alt plan, pe cea a obiectului de serie care fuge mereu spre model. Fuga dubla, ce alcatuieste fragilitatea latenta si deceptia mereu apropiata a lumii de obiecte ce ne înconjoara.

De fapt, sistemul creditului nu face decît sa limpezeasca un mod foarte general de legatura cu obiectele în contextul modem. într-adevar, pentru a duce o viata pe credit nu e nevoie sa avem în fata 15 rate la masina, la frigider si la televizor: dimensiunea model/serie, cu privirea îndreptata spre model, e deja una a handicapului. Dimensiune a promovarii sociale, si de asemenea dimensiune a aspiratiei handicapate. *Sîntem întotdeauna în în-tîrziere asupra propriilor noastre obiecte.* Acestea se afla în fata noastra si au deja un an de viata, pentru ca ultima rata o vom plati la anul, cînd un nou model le va înlocui. Prin urmare, creditul nu face altceva decît sa transpuna în ordinea economica o situatie psihologica fundamentala: con-strîngerea de succesiune e una singura - economica în ordinea de

scadenta a ratelor, psihosociologica în succesiunea sistematica si accelerata a seriilor si a modelelor. Oricum, ne traim obiectele la modul unei temporalitati ipotecate, constrînse dinainte. Daca nu mai exista nici o prejudecata împotriva creditului, e poate din caua ca, de fapt, toate obiectele sînt traite, în zilele noastre, ca obiecte pe credit, ca si creante asupra societatii globale, ce pot fi mereu reconsiderate, si care se afla într-o fluctuatie continua, fiind prinse într-o inflatie si o devalorizare cronica. La fel cum "personalizarea" ne-a aparut nu doar ca un artificiu publicitar, ci ca un concept ideologic de baza, creditul e, la rîndul lui, mai mult decît o institutie economica: e o dimensiune fundamentala a societatii noastre, o noua etica.

PRECESIUNEA* CONSUMULUI: O NOUĂ ETICĂ

într-o singura generatie, conceptul de patrimoniu si de capital fix a disparut. Acum o generatie, obiectele dobîndite reprezentau o proprietate si materializau o munca depusa. Nu de mult înca, cumpararea unei sufragerii sau a unei masini era rezultatul unui lung efort de economisire. Muncim visînd la ce vom cumpara: viata e traita la modul puritan al efortului si recompensei, iar cînd obiectele îsi fac aparitia înseamna ca au fost cîstigate cinstit: ele sînt chitanta trecutului si siguranta viitorului. Un capital. în zilele noastre, obiectele apar înainte de a fi cîstigate, anticipînd suma de eforturi si de munca pe care o reprezinta; ca sa spunem asa, *consumul preceda productia.* Cum nu facem decît sa ne servim de ele, nu mai avem

nici o raspundere patrimoniala: nimeni nu ni le-a lasat mostenire, iar noi nu le vom lasa nimanui. Ele exercita o alta constrângere: sînt cumva suspendate deasupra noastra, iar noi trebuie sa le platim. Daca prin ele nu mai sîntem legati de familie sau de vreun grup traditional, sîntem dimpotriva pusi în legaturp cu societatea globala si cu instantele ei (ordinea economica si financiara, fluctuatiile modei etc). Va trebui sa le cumparam înca o data în fiecare luna, sa le reînnoim în fiecare an. Plecînd de aici, totul se schimba: sensul pe care ele îl au pentru noi, proiectul pe care-l încarneaza, viitorul lor obiectiv - si al nostru. Sa ne reamintim ca, daca vreme de veacuri, oamenii supravietuiau obiectelor prin generatii succesive si într-un decor stabil, actualmente avem de-a face cu generatii

întregi de obiecte ce se succed într-un ritm accelerat într-o singura existenta individuala. Daca cîndva omul îsi impunea propriul lui ritm obiectelor, în prezent obiectele sînt cele ce-si impun omului ritmurile lor discontinue, modalitatea lor brusca de a apare, de a se defecta sau de a se substitui unul altuia, fara a îmbatrîni. si astfel, statutul unei întregi civilizatii se schimba, prin felul în care obiectele cotidiene se manifesta ca prezenta si ne lasa sa ne bucuram de ele. în economia domestica patriarhala bazata pe mostenire si pe stabilitatea rentei, consumul nu preceda niciodata productia. Dupa o buna logica carteziana si morala, munca preceda întotdeauna rezultatul muncii, asa cum cauza preceda efectul. Acest mod de acumulare ascetica: previziune, sacrificii, resorbire a nevoilor într-o tensiune a persoanei - o întreaga civilizatie a economisirii -, a avut perioada lui eroica, încheindu-se prin imaginea anacronica a rentierului, si apoi a rentierului ruinat care, în secolul nostru, face experienta istorica a zadarniciei morale si calculului economic traditional. Traind pe masura mijloacelor lor, generatii întregi au sfirsit prin a trai mai rau decît ar fi trebuit sa le-o îngaduie mijloacele. Munca, meritul, acumularea, toate virtutile unei ere ce culmineaza în conceptul de proprietate pot fi percepute înca în obiecte ce aduc niarturie în acest sens, si ale caror generatii pierdute bîntuie interioarele mic-burgheze.

CONSTRÎNGEREA DE A CUMPĂRA

în zilele noastre a luat nastere o noua morala: a precesiunii consumului asupra productiei, a fugii înainte, a investirii silite, a consumului accelerat si a inflatiei cronice (de acum e absurd sa punem bani deoparte). Din acestea, rezulta un întreg sistem, în care mai întîi cumparam, rascumparînd mai apoi totul prin munca. Creditul ne readuce astfel la o situatie feudala la modul propriu al cuvîntului: o fractiune a muncii e datorata dinainte stapînului, munca fiind aservita. Cu toate acestea, spre deosebire de sistemul feudal, sistemul nostru se mentine printr-o complicitate: consumatorul modern integreaza si asuma spontan aceasta constrîngere infinita: trebuie cumparat pentru ca societatea sa continue sa produca, iar el sa poata continua sa munceasca pentru a putea plati ce a cumparat. Lucru exprimat foarte bine de sloganurile americane (Packard, p. 26.):

104

105

"Daca cumparati puteti munci mai departe!

Va asigurati viitorul cumparînd!

O cumparatura facuta azi înseamna un somer mai putin mîine. Poate chiar dumneavoastra!

Cumparati-va prosperitatea azi si o veti avea mîine!" Iluzionism remarcabil: societatea ne face credit cu pretul

unei libertati formale, dar de fapt noi îi facem credit, alienîndu-ne viitorul. Ordinea productiei traieste desigur, în primul rînd, din exploatarea fortei de munca, însa în zilele noastre se întareste prin consensul circular si întelegerea tacita ce ne fac sa ne luam propria aservire drept libertate, autonomizînd-o prin urmare ca pe un sistem durabil. în fiecare dintre noi, consumatorul e un complice al ordinei de productie, neavînd nici un raport simultan cu producatorul - care e victima acestei ordini. Disocierea producator-consumator e însusi resortul integrarii: lucrurile sînt facute în asa fel încît ea sa nu ia niciodata forma vie si critica a unei contradictii.

MIRACOLUL CUMPĂRĂRII

Virtutea creditului (ca si a publicitatii) e, într-adevar, dedublarea cumpararii si a determinarilor ei obiective. Cumpararea pe credit ecliivaleaza cu însusirea totala a unui obiect pentru o fractiune din valoarea lui reala. O investitie minima pentru un profit grandios. Ratele se estompeaza în viitor, iar obiectul e obtinut printr-un gest simbolic. Acest demers seamana cu unul de mitoman: ca pret al unei povesti închipuite, mitomanul obtine din partea interlocutoului o consideratie disproportionata. Investitia lui reala e minima, dai- profitul e extraordinar: va pune stapînire pe realitate oferindu-ne un semn pe încredere. si el traieste pe credit asupra constiintei celorlalti. Or, inversarea practicii firesti de transformare a realitatii, care pleaca de la munca spre produsul muncii, întemeind temporalitatea

traditionala a logicii cunoasterii, ca si pe cea a practicii cotidiene, precum si anticiparea beneficiului adus de lucruri rezuma însusi procesul magiei. Iar ceea ce cumparatorul consuma si asuma prin credit odata cu obiectul anticipat e mitul functionalitatii magice a unei societati în masura sa-i ofere astfel de posibilitati de realizare imediata. Desigur, va fi confruntat foarte repede cu realitatea socio-economica, asemenea mitomanului în ziua în care interlocutorul lui se trezeste în fata rolului anticipat. Demascat, mitomanul va da faliment, daca nu cumva va iesi din încurcatura povestind o alta istorie. Cumparatorul pe credit se va lovi si el de scadenta, si putem presupune ca va cauta o consolare psihologica prin cumpararea pe credit a unui alt obiect. Regula acestui fel de comportare e fuga înainte, iar în cele doua cazuri lucrul cel mai remarcabil e faptul ca nu apar niciodata consecinte: nici în cazul mitomanului între istorioara povestita si esecul pe care îl încearca (din care nu trage nici o concluzie realista) si nici în cazul cum-paratorului pe credit între bucuria magica a cumpararii si ratele pe care le

are de platit. Sistemul creditului e culmea iresponsabilitatii omului fata de el însusi. Cel ce cumpara îl alieneaza pe cel ce plateste, desi e vorba de aceeasi persoana. Sistemul face însa sa nu avem constiinta acestui fapt, prin

decalajul în timp pe care îl introduce.

Rezumînd, putem spune ca creditul, favorizînd aparent o civilizatie a utilizatorului modem eliberat în sfîrsit de constrîngerile proprietatii, instaureaza dimpotriva un sistem de integrale în care se amesteca socio-mi-tologia si presiunea economica brutala. Creditul nu e numai o morala ci si o politica. Tactica creditarii se conjuga cu tactica personalizarii, pentru a le conferi obiectelor o functie socio-politica, pe care nu au avut-o niciodata. Nu mai traim în epoca sclaviei sau a cometei: aceste dimensiuni s-au abstractizat si s-au amplificat în dimensiunea creditului. Dimensiune a societatii, a timpului, a lucrurilor. Prin ea si prin strategia pe care ea o impune, obiectele îsi joaca rolul de acceleratori, de multiplicatori ai obligatiilor, ai satisfactiilor, ai cheltuielilor, devenind un volan de antrenament, în vreme ce propria lor inertie devine o forta centrifuga ce-i impune vietii cotidiene ritmul fugii ei înainte, suspansurile si dezechilibrele.

în acelasi timp, obiectele, spre care s-a întors întotdeauna universul casnic pentru a scapa de social, aduc dimpotriva lumea domestica în stare de dependenta fata de circuitele si constrîngerile sociale. Prin credit -domeniu al satisfactiei si al libertatii formale, dai- de asemenea sanctiune sociala, aservire si fatalitate în însasi inima lucrurilor, lumea domestica e investita direct: ea dobîndeste un fel de dimensiune sociala, dar în sensul rau. Adevarul fundamental al ordinei actuale - faptul ca *destinatia obiectelor nu e cîtusi de putin de a fi posedate si utilizate, ci doar de a fi produse si cumparate* - apare la limita absurda a creditului, de exemplu în situatia cînd terminarea ratelor imobilizeaza masina din cauza lipsei de benzina, cu alte cuvinte în punctul limita în care proiectul uman, filtrat si fragmentat de constrîngerea economica, se devoreaza pe sine. Altfel spus, obiectele nu se structureaza în functie de nevoi sau de o organizare mai rationala a lumii, ci exclusiv în functie de ordinea ideologica de productie si de integrare. De fapt, riguros vorbind, nu mai exista obiecte private: prin folosirea lor multiplicata, ordinea sociala a productiei bîntuie lumea intima a consumatorului si constiinta acestuia, cu propria lui complicitate. Cu o astfel de investire în adîncime, dispare si posibilitatea de a contesta aceasta ordine în mod eficace - si de a o depasi.

Fr. *prdcession:* miscare de rotatie în jurul unui ax fix (ex.: giroscopul). Precesiunea echinoxurilor (astron.) desemneaza miscarea retrograda a punctelor echinoxiale. în textul lui Baudrillard, cuvîntul, derivat din verbul *preceder,* sugereaza rasturnarea raportului de succesiune traditional dintre productie si consum: consumul *o ia înaintea* productiei, asemenea unui simulacru ce-si preceda propria-i substanta.

DISCURSUL ASUPRA OBIECTELOR sI DISCURSUL-OBIECT

O analiza a sistemului *obiectelor* implica, în sfîrsit, si o analiza a discursului *asupra*obiectului, a "mesajului" publicitar (imagine si discurs). Caci publicitatea nu e un fenomen suplimentai' fata de sistemul obiectelor; nu poate fi scoasa din acesta, si nici restrînsa la "dreapta" ei masura (publicitate de stricta informare). Daca ea a devenit o dimensiune ireversibila a sistemului, lucrul e datorat si disproportiei sale. Prin aceasta, ea e încununarea "functionala" a sistemului. Publicitatea e, în bloc, ceva intuil, . inesential. O pura conotatie. Nu serveste nici productiei, si nici utilizarii directe, dar cu toate acestea intra integral în sistemul obiectelor - nu doar pentru ca vorbeste de consum, ci pentru ca devine si ea obiect de consumat. Trebuie sa remarcam cu grija dubla ei determinare: e si un discurs asupra obiectului si obiect propriu-zis. si poate fi consumata ca obiect cultural tocmai prin calitatea ei de discurs inutil si inesential. Avem de-a face asadar cu întregul sistem analizat mai înainte: personalizare, diferentiere silita si proliferare a inesentialului; degradate a ordinei tehnice într-una de productie si de consum; disfunctii si functii secunde - toate gasindu-si în publicitate autonomia si împlinirea. Deoarece functia ei e aproape în întregime secunda, si pentru ca în ea imaginea si discursul sînt amplu alegorice, publicitatea va fi în acelasi timp obiectul ideal si revelatorul sistemului de obiecte. Reflectîndu-se pe sine, asemenea tuturor sistemelor puternic conotate[1], ea ne va spune cel mai bine ce consumam *prin* obiecte.

IMPERATIVUL sI INDICATIVUL PUBLICITAR

Publicitatea îsi propune ca scop sa informeze destre caracteristicile diferitelor produse si sa promoveze vînzarea acestora. în principiu, aceasta functie "obiectiva" ramîne functia ei primordiala.[2]

De la informare, publicitatea a trecut la convingere, iar apoi la convingerea clandestina" (Packard), vizînd de data aceasta consumul dirijat. Toata lumea s-a speriat de amenintarea conditionalii totalitare a omului si a nevoilor sale. Or, anchetele au aratat ca forta impregnarii publicitare e mai mica decît am fi crezut: reactia prin saturare apare destul de repede (diferitele publicitati se neutralizeaza reciproc, sau fiecare prin excesele proprii). Apoi, încercarea imperioasa de a convinge produce tot felul de contramotivatii si de rezistente (rationale sau irationale: reactie la pasivitate: nu vrem sa fim "trasi pe sfoara"; reactie la emfaza repetitiva a discursului etc) - pe scurt, discursul publicitar deceptioneaza si convinge în egala masura, iar consumatorul pare a fi, daca nu imunizat, cel putin un utilizator destul de liber al mesajului publicitar.

Acestea fiind stabilite, functia lui explicita nu trebuie sa ne induca in eroare: daca consumatorul nu se lasa convins de publicitatea facuta cutarei marci precise (Omo, Simca, Frigidaire), e vorba de altceva, si mai important pentru ordinea societatii globale, pentru care Omo sau Frigidaire servesc doar drept alibi.

Tot asa cum functia obiectului poate sa nu fie, în ultima instanta, decît un alibi al semnificatiilor latente, pe care el le impune în publicitate - cu atît mai mult cu cît ea e un sistem de conotare mai pur - produsul desemnat (denotatia, descrierea lui) tinde sa nu mai fie decît un alibi sub evidenta caruia se desfasoara o întreaga operatiune confuza de integrare.

Daca rezistam tot mai bine *imperativului* publicitar, devenim cu atît mai sensibili în fata*indicativului* publicitatii, cu alte cuvinte la însasi *existenta* ei ca produs de consum secund si *evidenta* culturala. Tocmai de aceea, "credem" în ea. Prin ea, consumam luxul unei societati ce se ofera vederii ca instanta ce da bucurii cu darnicie, si care se "depaseste" prin cultura. Sîntem investiti, în acelasi timp, de o instanta si de imaginea acesteia.

LOGICA LUI MOs CRĂCIUN

Cei care resping puterea de conditionare a publicitatii (si a mass media în general) nu sesizeaza logica aparte a eficientei lor. Nu e vorba de o logica a enuntului si a dovezii, ci de una a povestirii si a aderarii la ea. Nu credem în povesti, dai" tinem la ele. "Demonstrarea" produsului nu convinge pe nimeni; nu face decît sa rationalizeze cumpatarea, care oricum precede sau depaseste motivele rationale. Cu toate acestea, fara sa "credem" în produs, *credem în publicitatea care vrea sa ne faca sa credem în el*. E povestea lui Mos Craciun: copiii nu-si mai pun deloc întrebari asupra existentei lui, si nu trec de la aceasta existenta la cadourile primite, cum trecem de la cauza la efect; credinta în Mos Craciun e o improvizatie rationalizanta ce ne îngaduie sa pastram în cea de-a doua copilarie relatia miraculoasa a cadourilor primite de la paiinti (si îndeosebi de la mama), pe care am cunoscut-o în prima copilarie. Aceasta relatie miraculoasa, pierduta ca fapt, se interiorizeaza într-o credinta care e prelungirea ei ideala. Un romanesc neartificial: el se bazeaza pe interesul *reciproc* pe care-l au cele doua parti în pastrarea relatiei. în toate acestea, Mos Craciun nu are nici o importanta, iar copilul crede în el doar de aceea. Prin aceasta imagine, fictiune, alibi, el consuma jocul solicitudinii parentale miraculoase si grija parintilor de a fi complicii povestii - lucru în care va crede si cînd va înceta sa creada în el. Cadourile nu fac decît sa confirme acest compromis.[3]

Operatiunea publicitara e de acelasi ordin. Nici discursul retoric si nici discursul de informare asupra virtutilor produsului nu au efect decisiv asupra cumparatorului.

Individul e sensibil la tematica latenta a protectiei si gratificarii, la grija altora de a-l solicita si de a-l convinge, la semnul (pe care constiinta nu-l poate descifra) ca undeva exista o instanta (în cazul de

tatâ sociala, dar tnmitînd direct la imaginea mamei) ce accepta sa-l informeze asupra propriilor lui dorinte, sa i le preîntîmpine si sa le rationalizeze în propriii-i ochi. Nu "crede" în publicitate mai mult decît copilul în Mos Craciun, lucru care nu-l împiedica sa adere la o situatie infantila interiorizata, comportîndu-se în consecinta. De unde eficacitatea reala a publicitatii, conform unei logici care, desi nu e una a conditionarii reflexe, nu e mai putin riguroasa: logica credintei si a regresiei.[4]

INSTANȚA MATERNĂ: FOTOLIUL AIRBORNE

Aceasta mitologie se exprima uneori limpede în discursul publicitar,[5] ca în reclama difuzata de Airborne (scaune, fotolii, canapele). Sub genericul: "Adevaratul confort nu se improvizeaza" (atentie, treaba nu e usoara: confortul e pasiv, trebuie deci activat, adica trebuie "create" conditiile pasivitatii), accentul e pus de la început pe caracterul modern si stiintific al întreprinderii: "Un bun fotoliu e sinteza a patru factori: estetica, confort, robustete, finisare... Pentru a crea o asa capedopera, calitatile ancestrale ale mesterului nu mai sînt de ajuns. Ele ramîn desigur indispensabile, fiind ancorate în adîncul sufletului lucratorilor din domeniul mobilelor" (siguranta - trecut, securitate morala: traditiile sînt pastrate si depasite prin revolutia industriala), "însa în vremea noastra un bun fotoliu trebuie fabricat dupa normele si metodele ce guverneaza lumea economica moderna". (Acest fotoliu nu poate fi un simplu fotoliu; cel care-l cumpara trebuie sa se simta solidar cu societatea tehnica - ale carei norme îi sînt, evident, straine: fotoliul va face din el un cetatean al^ societatii industriale.) "Societatea noastra (Airbome), care satisface nevoia de confort a mii de camine franceze, a devenit cu adevarat o industrie, cu birouri de studiu, ingineri, artisti creatori, masini numeroase si stocuri de materii prime, cu servicii dupa vînzare si retele comerciale etc." (Consumatorul trebuie sa fie pe deplin constient de faptul ca revolutia industriala a avut loc si multumita lui, si ca în zilele noastre toate structurile colective converg, la rîndul lor, asupra personalitatii lui. în ochii lui, apare un univers orientat spre o finalitate sublima: propria-i satisfactie.) Perspectiva confirmata mai departe: "Un bun fotoliu e acela în care toti membrii familiei sînt la largul lor. Nu aveti nevoie sa-l adaptati greutatii sau taliei dumneavoastra. El trebuie sa ia propriul dumneavoastra contur." (Nu e cazul ca ceva sa se schimbe în societate sau în dumneavoastra, deoarece revolutia industriala a avut deja loc: de acum, întreaga societate tehnica vi se adapteaza, prin acest fotoliu care va ia forma trapului.) Pe vremuri, regula morala era ca individul sa se adapteze ansamblului social, dar aceasta e ideologia învechita a erei

productive: în era consumului, sau care se vrea ca atare, societatea întreaga i se adapteaza individului. Nu numai ca-i anticipeaza nevoile, ci e grijulie sa se adapteze nu unei nevoi sau alteia, ci lui însusi, ca persoana: "Veti recunoaste fotoliul Airborne dupa urmatoarele: cînd va veti aseza în el, veti

simti ca sînteti în fotoliul, pe scaunul sau pe canapeaua *dumneavoastra,* si veti avea impresia confortabila ca va aflati într-un fotoliu confectionat dupa masura dumneavoastra". Sa rezumam aceasta metasociologie a conformitatii: prin intermediul devotamentului, supunerii si afinitatilor ascunse ale fotoliului cu propria dumneavoastra fiinta, sînteti îndemnat sa credeti si în devotamentul industriasului si al serviciilor sale tehnice etc. în fotoliul în cauza, în care puteti sa va asezati cu placere - într-adevar, e foarte functional -, apare esenta unei societati definitiv civilizate, centrata pe ideea fericirii, a fericirii *dumneavoastra,* si care ofera spontan fiecaruia dintre membrii el mijloacele de a ajunge la ea.

Discurs ideologic, care se prelungeste în consideratii asupra materiei si formei. "Materiale noi pentru a afirma stilul epocii noastre", continua banda publicitara: "Dupa epoca pietrei si a lemnului, traim, în materie de mobilier, în epoca otelului". "Otelul e structura însasi". Cu toate acestea, daca otelul e exaltant, e în acelasi timp o materie dura, învecinata cu efortul si cu nevoia individului de a se adapta - drept care iata-l transformîndu-se dupa placul nostru, tot asa cum "structura" se umanizeaza: "Solid si nedeformabil, însa deasemenea suplu, cînd se transforma în suprafete de arcuri. Moale si confortabil, daca e îmbracat în burete de latex. Estetic, caci se potrivesteperfect (înca odata!) cu caldura tesaturilor de acum." Structura e întotdeauna violenta, iar violenta produce spaima. Chiar si la nivelul obiectului, ea risca sa compromita relatia individului cu societatea. Pentru a. împaca realitatea, trebuie salvat calmul aparentelor. Trecînd de la otel la tesatura ca printr-o transmutatie naturala, pentru a fi pe placul nostru, fotoliul va fi oglinda foitei si a linistii. Iar la

>fîrsit, desigur, "esteticul" încoroneaza "structura", celebrînd casatoria pe veci a obiectului cu "personalitatea" . Retorica substantelor determina o conditionale a relatiei sociale si aici. Cum sa nu recunoastem în structura intrata în forme, în tenacitatea ei reconciliata si în schema "nuptiala" a sintezei pretutindeni difuza - în care satisfactia se cladeste pe amintiri voluntariste -, sau în fantasma falica a violentei (otelul) - calmata însa si leganata de propria-i imagine -, cum sa nu recunoastem în toate acestea o schema de complicitate globala cu lumea si de resorbtie totala a tensiunilor într-o societate materna si armonioasa?

Prin publicitate, nu sîntem "alienati" sau "mistificati" de teme, cuvinte si imagini, ci supusi de solicitudinea cu care cineva ne vorbeste, ne arata ceva sau se ocupa de noi. Riesman *(op. cit.,* p. 254-265) si alti teoreticieni critici ai

societatii americane arata foarte bine cum produsul e judecat tot mai mult, dar nu dupa valoarea lui intrinseca, ci dupa grija pe care firma o are, prin el, fata de propria noastra existenta, si dupa solicitudinea ei fata de public[6]. si astfel individul e conditionat, pe îndelete, prin consumul fara oprire al corpului social în întregime- satisfactie (si frustrare) înaltatoare (dar si culpabilizanta).

Ceea ce adauga publicitatea obiectelor, fara de care "ele nu ar fi ce

sînt" - e "caldura". Calitate moderna, pe care am recunoscut-o deja ca fiind resortul motrice al "ambiantei": la fel cum culorile sînt calde sau reci (nu rosii sau verzi), la fel cum dimensiunea determinanta a personalitatii (într-o societate extravertita, Riesman, p. 217) e caldura sau raceala, obiectele sînt calde sau reci, cu alte cuvinte, indiferente, ostile sau spontane, sincere, comunicative: "personalizate". Nu se mai propun cutarei folosiri stricte - practica grosolana, arhaica - ci se ofera, se desfasoara, ne cauta, ne înconjoara si ne dovedesc ca exista prin profunzimea aparentelor lor, prin propria lor efuziune. Sîntem vizati si *iubiti* de obiecte. si deoarece sîntem iubiti, simtim ca existam: sîntem "personalizati". Tocmai acesta e esentialul: cumpararea, în sine, e secundara. Daca abundenta de produse pune capat *raritatii,* profuziunea publicitara pune capat*fragilitatii.* Caci nimic nu e mai rau decît sa fim în nevoia de a inventa noi însine motive de a actiona, de a iubi, de a cumpara. Fiecare dintre noi s-ar trezi în fata propriei sale neputinte de a cunoaste - inexistent, de rea credinta si prada spaimelor. Orice obiect care nu rezolva aceasta culpabilitate: nu stiu ce vreau si nici ce sînt,[7] va avea o reputatie proasta. Daca obiectul ma iubesste (si ma iubeste prin publicitate) sînt salvat. Iata cum poate publicitatea (ca si ansamblul relatiilor publice, de altfel) sa aplaneze fragilitatea noastra psihologica: printr-o imensa solicitudine, careia îi raspundem interiorizînd in-stanta ce ne solicita - enorma firma producatoare nu numai de bunuri ci si de caldura comunicativa, altfel spus, societatea globala de consum.

Sa nu uitam ca într-o societate în care totul e supus, în mod riguros, legilor vînzarii si profitului, publicitatea e produsul cel mai democratic, singurul care e "oferit", sHnca tuturor. Obiectul ne e vîndut, dar publicitatea ne e "oferita" .[8] Jocul publicitar reia cu îndemînare ritualul arhaic al ofrandei si al darului, si de asemenea situatia infantila a cadoului facut de parinti, primit în pasivitate. Toate vizeaza transformarea purei relatii comerciale în relatie personala.[9]

FESTIVALUL PUTERII DE CUMPĂRARE

Functia gratificatoare si infantilizanta a publicitatii, pe care se întemeiaza credinta noastra în ea, precum si complicitatea noastra - prin ea - cu corpul social sînt ilustrate, si prin functia ei ludica. Sîntem sensibili la

siguranta pe care ea ne-o da în fata unei imagini ce nu e niciodata negata, dar si la manifestarea fantastica a unei societati capabila de a depasi stricta necesitate a produselor în superfluitatea imaginilor: la virtutile ei de spectacol (acesta fiind, si el, cel mai democratic dintre toate), de joc, de regizare. Publicitatea joaca rolul afisului permanent al puterii de cumparare, reala sau virtuala, a societatii globale. Fie ca avem sau nu putere de cumparare, o "respiram". Pe deasupra, produsul se ofera vederii si manipularii: se erotizeaza - nu numai prin folosirea explicita a unor teme sexuale[10], ci prin faptul ca însusirea pur si simplu prin cumparare devine un joc, un scenariu,

un dans complex ce adauga demersului practic toate elementele jocului de dragoste: avansuri, concurenta, obscenitate, flirt si prostituare (chiar si ironie). Mecanismului cumpararii (deja investit cu o încarcatura libidinala) i se substituie erotizarea alegerii si a cheltuielii.[11] Ambianta moderna devine astfel, îndeosebi în orasele brazdate de lumini si imagini, rascolite de santaje din motive de prestigiu sau narcisiste, de afectiuni si de relatii fortate, decorul unei sarbatori la rece, formala dar electrizanta, al unei satisfactii senzuale în gol, ce ilustreaza, ilumineaza, joaca si dejoaca procesul cumpararii si consumului, asa cum dansul anticipa actul sexual. Ca si piin sarbatorile de altadata, prin publicitate societatea îsi ofera spre consum propria-i imagine.

In acest fapt exista o functie regulatoare esentiala. Asemenea viselor, publicitatea fixeaza un potential imaginar, schimbîndu-i totodata directia. Asemenea viselor, e o practica subiectiva si individuala.[12] Asemenea viselor, în sfîrsit, e straina negativitatii si relativitatii; nu are nici semne, fiind superlativa în esenta si de o totala imanenta. Daca visele noastre nocturne nu au legenda, cele pe care le traim în stare de trezie, pe peretii oraselor, în ziare sau pe ecrane sînt inundate de legende, subtitrate în toate partile; si unele si altele însa pun împreuna afabulatia cea mai vie si determinarile cele mai sarace. Daca visele nocturne au ca functie prelungirea somnului, prestigiul publicitatii si al consumului are ca functie usurarea absorbtiei spontane a valorilor sociale ambiante si regresia individuala în consensul social.

Sarbatoare, imanenta, pozitivitate, toate arata ca *publicitatea e consumata ea însasi, nu ca orienteaza consumul*. Ce ar fi un obiect, în zilele noastre, daca nu s-ar recomanda în aceste doua dimensiuni: a discursului si a imaginii (publicitatea), apoi a gamei modelelor (alegerea)? Psihologic, ar fi inexistent. Tot asa, ce ar fi cetatenii moderni daca obiectele si produsele nu le-ar fi oferite în dimensiunea dubla a alegerii si a publicitatii? Nu ar fi *liberi*. E usor de înteles reactia celor 2 000 de germani din vest intervievati de Institutul Demoscopic din Allensbach: 60 % au fost de parere ca e prea multa publicitate, dar cînd au fost pusi sa raspunda la întrebarea: "Preferati un exces de publicitate (la modul occidental) sau

un minim de publicitate de utilitate sociala (ca în tarile Estului)?", majoritatea au optat pentru prima solutie, interpretînd excesul de publicitate ca pe un semn direct nu doar de abundenta ci si de libertate, asadar ca pe o valoare fundamentala[14]. Aici avem masura complicitatii afective si ideologice pe care o creeaza meditatia spectaculara între individ si societate (oricare ar fi structurile ei). Daca publicitatea ar fi blocata, fiecare dintre noi s-ar simti frustrat, ca-n fata unor ziduri goale. Frustrat nu numai de posibilitatea (fie ea si ironica) jocului si a visului; în mod mai profund, am simti ca nimeni nu "se" ocupa de noi. Am regreta acel mediu în care, în lipsa participarii sociale active, am putea participa macar în efigie la corpul social, la o ambianta mai calduroasa, mai materna, mai colorata. Una dintre primele revendicari ale omului pe cale de

a avea acces la bunastare e ca cineva sa se ocupe de dorintele lui, sa le formuleze si sa le puna în imagini în fata propriilor sai ochi (în tarile socialiste, acest lucru devine o problema, daca nu cumva e deja). Publicitatea are tocmai aceasta functie superficiala, regresiva, inesentiala, dar cu atît mai adînc necesara.

GRATIFICARE sI REPRIMARE: INSTANȚA DUBLĂ

Adevaratul imperativ al publicitatii e blînda litanie a obiectului. "Priviti cum întreaga societate vi se adapteaza neîncetat, dumneavoastra si dorintelor dumneavoastra. E. rezonabil, prin urmare, sa i va integrati". Convingerea, arata Packard, devine clandestina, însa nu vizeaza atît constrîngerea de a cumpara si conditionarea prin obiecte cît aderarea la consensul social pe care-l sugereaza discursul: obiectul e un serviciu, o legatura personala între societate si noi. Fie ca publicitatea se organizeaza în functie de imaginea materna sau dupa principiul ludic, ea vizeaza *un acelasi proces regresiv, dincoace de ptocescle sociale reale:* munca, productia, piata, valoarea, ce ar putea perturba miraculoasa integrare: nu ati cumparat obiectul din fata dumneavoastra, dar ati dorit sa-l aveti, si toti inginerii, tehnicienii etc. vi l-au facut cadou. în societatea industriala, diviziunea muncii desparte deja munca de produsul ei. Publicitatea încoroneaza acest proces disociind radical, în clipa cumpararii, *produsul* de*bunul* de consum. Intercalînd între munca si produsul ei o vasta imagine materna, ea face ca *produsul* sa nu mai fie considerat ca atare (cu istoria lui etc), ci pur si simplu ca un bun, ca *obiect.* -în acelasi timp în care disociaza producatorul si consumatorul dintr-un singur individ prin abstractia materiala a unui sistem de obiecte foarte diferentiat, publicitatea se straduieste si sa recreeze o confuzie infantila între obiecte si dorinta de a avea obiecte, reducîndu-l pe consumator la stadiul în care copilul o confunda pe mama lui cu ceea ce ea îi da.

De fapt, publicitatea nu omite atît de cu grija procesele obiective si istoria sociala a obiectelor decît pentru a

impune mai usor ordinea reala a productiei si exploatarii, printr-o instanta sociala imaginara. Tocmai aici se fac simtite, în spatele psihagogiei publicitare, demagogia si discursul *politic,* tactica lui bazîndu-se si de data aceasta pe o dedublare: realitatea sociala devine instanta reala si imagine, prima estompîndu-se în spatele celeilalte, ajungînd sa fie ilizibila si nelasînd loc decît unei scheme de absorbtie în ambianta materna. Cînd publicitatea ne propune în substanta: "Societatea vi se adapteaza total, integrati-va în ea", e limpede ca reciprocitatea e trucata: noua ni se adapteaza o instanta imaginara, în vreme ce noi ne adaptam, în schimb, unei ordini foarte reale. Prin fotoliul ce "ia forma trupului nostru", noi luam forma întregii ordini tehnice si politice a societatii pe care o asumam. Societatea îsi spune materna pentru a pastra mai bine ordinea constrîngerilor.[15] Prin aceasta vedem imensul rol *politic* pe

care îl joaca difuzarea produselor si tehnicile publicitare: ele iau locul ideologiilor anterioare, morale si politice. Ba mai mult: pe cînd integrarea morala si politica nu a fost niciodata straina raului (reprimarea deschisa era indispensabila), noile tehnici se pot lipsi de reprimare: consumatorul interiorizeaza, chiar în procesul consumului, instanta sociala si normele ei.

Eficienta ce se întareste prin însusi statutul publicitar si prin procesul "lecturii" lui.

Semnele publicitare ne vorbesc de obiecte, fara însa a le explica în vederea unei practici - sau facînd-e foarte putin: în fapt, ele trimit la obiectele reale ca la o lume absenta. Literalmente, sînt o "legenda", cu alte cuvinte se afla în fata noastra în primul rînd pentra a fi citite. si daca nu trimit la lumea reala, nici nu i se substituie: sînt semne ce impun o activitate specifica: lectura.

Daca ar vehicula o informatie, am avea de a face cu o lectura plina si cu o tranzitie spre cîmpul practic. Dar au un alt rol: vizeaza absenta lucrului desemnat. In acest sens, lectura - non tranzitiva - se organizeaza într-un sistem specific *de satisfactie,* în care însa joaca neîncetat determinatia absentei realitatii: *frustrarea.*

Imaginea creeaza un gol si vizeaza o absenta - fapt care o face "evocatoare". E însa un subterfugiu. Provocînd investirea, o scurtcircuiteaza la nivelul lecturii. Face sa convearga veleitatile ezitante asupra unui obiect pe care-l mascheaza chiar cînd îl reveleaza. Dezamageste: *functia ei e de a pune lucrurile în fata ochilor si de a deceptiona.* Privirea e o prezumtie de contact, iar imaginea si lectura ei sînt prezumtie de posedare. Astfei, publicitatea nu ofera nici satisfactie halucinatorie si nici mediere practica îndreptata spre lume: atitudinea pe care o produce e veleitatea deceptionata - demers neîncheiat, izbucnire continua, înfrîngere continua, obiecte si dorinte ce abia rasar. O întreaga psihodrama rapida se joaca la lectura imaginii. în principiu ea-i îngaduie cititorului sa-i asume

pasivitatea si sa se transforme în consumator. In fapt, profuziunea imaginilor contribuie la eludarea convertirii la realitate, la alimentarea subtila a culpabilitatii printr-o frustrare continua, la blocarea constiintei într-o satisfactie a visului.

La drept vorbind, imaginea si lectura ei nu sînt cîtusi de putin calea cea mai scurta spre obiect, ci spre o alta imagine. Astfel, semnele publicitare se succed asemenea imaginilor incipiente din starile hipnagogice.

Trebuie retinuta functia de omitere a lumii în imagine, de frustrare. Doar acest luam ne îngaduie sa întelegem în ce fel *principiul de realitate omis în imagine transpare cu toate acestea în ea, în mod eficace, ca reprimare continua a dorintei* (spectacularizare, blocare, deceptie si, în sfîrsit, transferare regresiva si derizorie asupra unui obiect). Chiar în acest fapt vom putea sesiza complicitatea profunda dintre semnul publicitar si ordinea globala a societatii: publicitatea nu vehiculeaza mecanic valorile societatii, ci, mai subtil, prin functia ei ambigua de *prezumtie* - un lucru aflat între posedare si deposedare, în acelasi timp desemnare si vizarea absentei -, prin

care seninul publicitar "face sa fie acceptata" ordinea sociala, în determinarea ei dubla - de gratificare si de reprimare.[16]

Gratificare, frustrare: cei doi versanti de nedespartit ai integrarii. Cum orice imagine publicitara e legenda, ea micsoreaza polisemia teribila a lumii. Pentni a deveni însa tot mai lizibila, ea va fi saraca si expeditiva - susceptibila de prea multe interpretari, îsi restrînge sensul prin discurs, care o va subtitra ca o a doua legenda. Iar sub semnul lecturii, va trimite la alte imagini. în cele din urma, publicitatea linisteste constiintele printr-o semantica sociala dirijata, în ultima instanta asupra unui singur semnificat: societatea globala. Aceasta îsi rezerva toate rolurile, stîrnind o multime de imagini carora încearca, în acelasi timp, sa le reduca sensul. Stîrneste spaima si o potoleste. Satisface si dezamageste, mobilizeaza si demobilizeaza. Sub semnul publicitatii, va instaura domnia dorintei libere. Dorinta nu e însa niciodata eliberata în ea în mod real - aceasta ar însenina sfîrsitul ordinei sociale -, fiind eliberata suficient în imagine pentru a declansa reflexe de spaima si culpabilitate legate de izbucnirea ei. Pornita prin imagine dar oprita si culpabilizata tot prin ea, veleitatea dorintei e recuperata de instanta sociala. -Profuziune a libertatii, imaginara însa, orgie mentala continua însa orchestrata, regresiune dirijata în care toate perversitatile sînt rezolvate în folosul ordinii: daca în societatea de consum gratificarea e imensa, le avem pe amîndoua, laolalta, în imaginea

si în discursul publicitar, ce lasa joc liber principiului represiv al realitatii chiar în inima principiului placerii.

PREZUMȚIA COLECTIVĂ

Lessive pax

Publicitatea ce trece sub tacere procesele obiective de productie si de piata lasa deoparte si societatea reala, cu contradictiile ei. Ea introduce prezenta/absenta unei colectivitati globale, *prezumtia colectiva.* Aceasta colectivitate e însa imaginara, dar consumata virtual e suficienta pentru a asigura conditionarea seriala. Iata, de pilda, un afis Pax. Pe el se vede o multime imensa si indistincta, ce agita steaguri albe imaculate (albul Pax) spre un idol central, un gigantic pachet de Pax în reproducere fotografica si de dimensiuni identice, fata de multime, cu sediul ONU de la New York. O întrega¡ideologie a candorii si a pacii alimenteaza aceasta imagine, însa vom retine îndeosebi ipostaza colectiva si utilizarea ei publicitara. Consumatorul e încredintat ca doreste personal afisul Pax în masura în care i se trimite dinainte imaginea de sinteza. Multimea e tocmai el. Iar dorinta lui e evocata de prezumtia dorintei colective prin imagine. Publicitatea e în acest caz foarte abila: orice dorinta, cît ar fi de intima, vizeaza universalul. A dori o femeie înseamna a subîntelege ca toti barbatii sînt susceptibili de a o dori. Nici o dorinta, nici macar dorinta sexuala nu subzista fara medierea unui imaginar colectiv. Poate ca, daca nu ar exista acest imaginar, nici nu ar

putea izbucni: cine-si închipuie ca un barbat ar putea iubi o femeie despre care ar fi sigur ca nici un altul nu ar dori-o? si invers: daca multimi întregi aduleaza o femeie, o vom

iubi fara sa o cunoastem. Tocmai aici sta resortul mereu prezent (si cel mai adesea ascuns) al publicitatii. Daca e firesc sa ne traim dorintele în referinta colectiva, publicitatea face din ele dimensiunea sistematica a dorintei. Ea nu crede în spontaneitatea nevoilor individuale, ci prefera sa le controleze prin punerea în functiune a colectivului si prin cristalizarea constiintei asupra acestui colectiv pur. Un fel de sociodi-namica totalitara îsi sarbatoreste cele mai frumoase victorii: strategia solicitarii se instituie pe prezumtia colectiva. Aceasta promovare a dorintei doar prin determinarea de grup capteaza o nevoie fundamentala, cea a comunicarii, însa pentru a o orienta nu spre o colectivitate reala, ci spre o fantoma colectiva. Exemplul Pax e limpede: publicitatea se preface ca solidarizeaza indivizii pe baza unui produs a carui cumparare si folosire îi trimite, pe fiecare, la sfera lui individuala. Paradoxal, ajungem sa cumparam în numele tuturor, prin solidaritate reflexa, un obiect pe ca-re-l vom folosi, chiar de la început, pentru a ne diferentia de ceilalti. *Nostalgia colectiva serveste la alimentarea concurentei individuale.* De fapt, chiar si aceasta concurenta e iluzorie, deoarece în cele din urma fiecare din cei care au citit afisul va cumpara *personal acelasi* obiect ca si ceilalti. Bilantul operatiunii si "beneficiul" ei (pentru ordinea sociala) ramîne prin urmare identificarea regresiva cu o totalitate colectiva vaga - si prin aceasta interiorizarea sanctiunii grupului. Ca întotdeauna, complicitatea si culpabilitatea sînt legate între ele: publicitatea e bazata si pe culpabilitatea (virtuala) fata de grup. Nu însa dupa schema traditionala a cenzurii: spaima si culpabilitatea sînt mai întîi stîrnite, în scopuri de utilitate; iar finalitatea e supunerea la normele grupului, prin izbucnirea unei dorinte dirijate. Daca e usor sa contestam imperativul explicit al afisului Pax (nu din cauza lui vom cumpara Pax mai curînd decît Omo sau Sunil - sau, daca nu, nimic), e mai putin usor sa respingem semnificatul secund, multimea în vibratie, exaltata (subliniat de ideologia "pacii"). Vom rezista cu greu la aceasta schema de complicitate,*deoarece nici nu se pune problema de a rezista.* Conotatia e si aici foarte limpede, dar sanctionarea colectiva nu e neaparat figurata printr-o multime ci poate fi realizata prin orice alta reprezentare. De pilda erotica: cu siguranta ca nu cumparam cartofi prajiti pentni ca sînt ilustrati printr-un cap blond si doua fese atragatoare. E sigur însa ca, prin aceasta scurta mobilizare a libidoului de catre imagine, întreaga instanta sociala se va putea impune, ce schemele ei obisnuite de **reprimare,** sublimare si transfer.

Concursul publicitar

Un anumit numar de ziare lanseaza în fiecare an concursuri garnisite cu o întrebare selectiva: cîte raspunsuri bune vor fi la concursul nostru?

Aceasta întrebare simpla reinstaleaza hazardul tocmai acolo unde întreaga pricepere a concurentului s-a straduit sa-l

elimine, saptamîni întregi. Emulatia e redusa la optiunea mistica a jocului de loterie. Lucru interesant însa: nu orice hazard e pus în joc: nu e vorba de Dumnezeu si nici de fatalitate, ca mai demult, ci de un colectiv de ocazie, un grup accidental si arbitrar (suma de oameni susceptibili de a se avînta sau de a reusi în concurs), ce devine instanta discriminanta; criteriul succesului va.fi divinatia acestei instante si identificarea reusita a individului cu hazardul colectiv. Lucru ce face ca întrebarile prealabile sa fie în general foarte usoare: e nevoie ca un cît mai mare numar de participanti sa aiba acces la esential, la intuitia magica a Marelui Colectiv (pe deasupra, întîmplarea pura reia mitul democratiei absolute). Pe scurt, ca semnificat ultim al concursului, avem un fel de colectivitate fantomatica, pur conjuncturala, nestructurala, fara chip (nu se va "încarna" decît abstract, chiar în clipa în care se va dezagrega, în numarul de raspunsuri corecte), implicata doar în si prin gratificarea unuia sau a mai multora, care i-au ghicit tocmai abstractia.

Garap

Daca consumam produsul din produs, sensul i-l consumam prin publicitate. Sa ne închipuim, o clipa, orasele modeme golite de toate semnele lor, iar zidurile pustii ca un vid al constiintei. Apare *Garap.* acest singur cuvînt: *Garap,* scris pe toate zidurile. Semnificam pur, fara semnificat, semnificîndu-se pe el însusi^, e citit, discutat, interpretat în gol, semnificat fara voia lui: e consumat ca semn. si ce semnifica el oare, daca nu societatea globala, în masura sa emita un astfel de semn? în însasi insignifianta lui, el a mobilizat un întreg colectiv imaginar. A devenit indicatorul unei societati. într-un anume fel, oamenii au sfîrsit prin "a crede" în *Garap.* Au vazut în el indiciul atotputerniciei publicitatii, si au crezut ca ar fi fost de ajuns ca *Garap* sa se specifice într-un produs pentru ca acesta sa se impuna pe loc. Or, nimic nu e mai putin sigur; siretlicul publicitar a constat tocmai în faptul ca nu a fost niciodata demascat. Daca am fi avut un semnificat explicit, rezistentele individuale ar fi reaparut. în vreme ce în fata unui semn pur, con-simtamîntul, chiar si ironic, s-a constituit de la sine. si din acea clipa semnificatul real al publicitatii a aparut cu mare limpezime: precum *Garap,* publicitatea e societatea de masa care provoaca sensibilitatea, mobilizeaza constiintele si se reconstituie ca un fapt colectiv în propriul ei proces - printr-un semn arbitrar, sistematic[17].

Prin publicitate, societatea de masa si de consum se plebisciteaza continuu pe ea însasi.[18]

Conditionarea seriala

Acum ne dam seama mai bine ce sistem de conditionare apare în spatele temelor concurentei si "personalizarii". Aceeasi ideologie de fapt: concurenta, care cîndva avea loc sub semnul "libertatii", regula de aur a productiei, s-a transpus la infinit, în zilele noastre, în domeniul consumului. Prin miile de diferente marginale si difractia adesea formala a aceluiasi produs prin conditionare, aceasta concurenta s-a exacerbat la toate nivelele, deschizînd evantaiul imens al unei libertati precare, al ultimei: aceea de a alege la întîmplare obiectele ce ne vor distinge de ceilalti.[19] De fapt, am putea crede ca ideologia concurentiala e sortita, în acest domeniu, aceluiasi proces, si prin urmare aceluiasi scop ca si-n domeniul productiei: daca consumul poate sa mai apara ca o profesiune liberala în care ar precumpani expresia personala în vreme ce productia ar fi definitiv planificata, e pur si simplu din cauza ca tehnicile de planificare psihologica sînt foarte întîrziate fata de cele ale planificarii economice.

Mai vrem si ceea ce altii nu au. Cel putin în societatile europene occidentale (problema ramîne suspendata pentru Est), ne mai aflam în stadiul concurential, eroic în ce priveste alegerea si folosirea produselor. Succesi-umea sistematica si sincronizarea ciclica a modelelor nu e înca instituita, ca în S.U.A.[20]

Rezistente psihologice? Putere a traditiei? E mult mai simplu: majoritatea populatiei e înca prea departe de un nivel suficient de bun pentru ca. toate obiectele aliniindu-se pe aceeasi exigenta maximala, sa nu mai existe decît un repertoar de modele, diversitatea fiind mai putin importanta decît faptul de a poseda "ultimul" model - fetis imprativ al valorificarii sociale, în S.U.A., 90 % din populatie nu încearca niciodata o alta dorinta decît de a avea ceea ce au altii, alegerea mergînd în masa, de la un an la altul, spre ultimul model care, în mod uniform, e cel mai bun. si astfel s-a constituit o clasa de consumatori "normali", ce coincide practic cu ansamblul populatiei. Daca în Europa nu am ajuns acolo, percepem totusi foarte bine ambiguitatea publicitatii, dupa tendinta ireversibila spre modelul american: *ea ne provoaca la concurenta* dar, prin aceasta concurenta imaginara, *invoca o monotonie profunda,* o uniformitate si o involutie în sensul cel mai fericit pentru masa consumatoare. în acelasi timp, ne spune: "Cumparati acest lucru pentru ca nu seamana cu nimic altceva!" ("Carnea elitei, tigara *happy few"*etc), dar si: "Cumparati-va acest lucm pentru ca toata lumea se serveste de el!"[21] Iar aici nu avem nici o contradictie. De ce n-am admite ca fiecare se poate simti original, chiar si atunci cînd e foarte asemanator cu ceilalti? Pentru aceasta e de ajuns sa avem o schema de proiectare colectiva si mitologica - modelul.

Plecînd de aici, putem presupune ca scopul ultim al societatii de con-

sum e functionalizarea consumatorului însusi (nu prin nu stiu ce machiavelism de tehnocrati, ci prin simplul joc structural al concurentei) si monopolizarea psihologica a tuturor nevoilor - o unanimitate prin consum ce ar trebui sa corespunda armonios concentrarii si dirijismului absolut din domeniul productiei.

Libertatea prin lipsa

Ideologia concurentiala cedeaza de altfel pretutindeni, în zilele noastre, în fata "filosofiei" împlinirii personale. într-o societate mai bine integrata, indivizii nu mai rivalizeaza între ei prin posedarea de bunuri: fiecare se realizeaza pe sine prin consum. Leitmotivul nu mai e concurenta selectiva, ci personalizarea pentru toata lumea. în acelasi timp, publicitatea a trecut de la practica comerciala la teoria practicii de consum, teorie ce încoroneaza întregul edificiu social. O gasim expusa în lucrarile publicitarilor americani (Dichter, Maitineau etc). Argumentul ei e simplu: 1. societatea de consum (obiecte, produse, publicitate)^ ofera individului, pentru întîia oara în istorie, posibilitatea eliberarii si împlinirii totale; 2. depasind consumul pur si simplu spre o expresie individuala si colectiva, sistemul de consuni constituie un limbaj autentic, o noua cultura. si astfel, "noul umanism" al consumului se opune "nihilismului" consumator.

Primul punct: împlinirea personala. Dr. Dichter, directorul Institutului de Cercetari asupra Motivatiilor, defineste chiar de la început problematica omului nou: "Problema cu care ne confruntam e de a-i permite americanului obisnuit sa se simta moral chiar si eînd flirteaza, cheltuieste ori cumpara a doua sau a treia masina. Una dintre problemele fundamentale ale prosperitatii actuale e de a le da oamenilor o confirmare si justificarea de a se bucura de toate acestea, si de a demonstra ca a face din viata ta o placere nu e imoral, ci moral. A-i permite consumatorului sa se bucure liber de viata, a demonstra dreptul lui de a se înconjura de produse ce-i îmbogatesc existenta si-i fac placere, iata una dintre temele primordiale ale oricarei publicitati si ale oricarui proiect ce are scop promovarea vînzarilor" *{La Strategie du Desir).* Gratie motivatiei dirijate, ne aflam într-o era în care publicitatea preia raspunderea morala a corpului social, substituind moralei puritane o morala hedonista a satisfactiei pure: o noua stare natuiala, chiar în sînul hipercivilizatiei. Cu toate acestea, ultima fraza e ambigua: finalitatea publicitatii e eliberarea omului de propria-i rezistenta în fata fericirii sau promovarea vînzarilor? Vrem sa reorganizam societatea în functie de satisfactie sau în functie de profit? "Nu, raspund Bleustein-Blanchet în prefata la cartea lui Packard, *La Persuasion clandestine,* studiile asupra motivatiilor nu ameninta libertatea indivizilor: ele nu atenteaza nicidecum la dreptul lor de a fi rationali sau nerationali". în aceste cuvinte exista prea multa buna credinta, sau prea multa siretenie. Dichter e mai limpede: ne aflam în stare de libertate *îngaduita:* "Permisiunea data consumatoru-

lui...": trebuie sa-i lasam pe oameni sa fie copii fara sa se rusineze. ,.Liber de a fi tu însuti" înseamna, de fapt: liber de a-ti proiecta dorintele în bunuri de productie. Acestei "filosofii" a vînzarii nu-i pasa de paradoxuri: ea pretinde ca are un scop rational (a-i lamuri pe oameni ce vor) si metode stiintifice, dai' provoaca, totusi, la oameni, un comportament irational (a accepta ca nu sînt decît un complex de pulsiuni imediate si a se multumi cu satisfacerea acestora). De altfel, chiar si pulsiunile pot fi periculoase, si de aceea neo-vrajitorii consumului se feresc de a-l elibera pe om în functie de o finalitate exploziva a fericirii. Nu-i acorda decît rezolvarea tensiunilor, adica o libertate*prin lipsa.* "De fiecare data cînd apare o diferenta de tensiune care ne face sa actionam din cauza ca provoaca un sentiment de frustrare, putem spera ca un produs oarecare o va face sa înceteze, daca raspunde aspiratiilor unui grup. în aceasta situatie, exista toate sansele ca el sa se impuna pe piata" *(Strategie du Desir,* p. 81). Scopul e de a permite pulsiunilor, cîndva blocate de instante mentale (tabu-uri, supra-eu, culpabilitate), de a se cristaliza asupra unor obiecte, instante concrete în care se aboleste puterea exploziva a dorintei si în care se materializeaza functia represiva rituala a ordinei sociale. Libertatea de a fi e primejdioasa, pentru ca îl ridica pe individ împotriva societatii. Libertatea de a poseda e însa inofensiva, deoarece intra în joc fara sa-si dea seama. Tocmai de aceea e perfect morala, cum spune Dichter: e chiar chipul subtilitatii morale - consumatorul apare ca împacat cu el însusi si cu grupul. E fiinta sociala desavîrsita. Morala traditionala nu-i cerea individului decît sa se conformeze grupului; publicitatea "filosofica" îi impune acum sa fie conform cu el însusi si sa-si rezolve conflictele. Din punct de vedere moral, îl investeste asa cum el nu a fost niciodata. Tabu-urile, spaimele, nevrozele ce fac din individ o fiinta anormala, în afara legii, vor fi înlaturate cu pretul unei regresii linistitoare în obiecte, care va întari imaginile Tatalui si Mamei din toate partile. Irationalitatea tot mai "libera" a pulsiunilor de la baza va fi însotita de un control tot mai strict la vîrf.

Un nou limbaj?

Al doilea punct: sistemul obiecte/publicitate constituie oare un limbaj? întreaga filosofie ideal-consumatoare se bazeaza pe substituirea unei relatii "personalizate" cu obiectele relatiei umane, vie si conflictuala. "Orice proces de cumparare, spune Pierre Maitineau*(Motivation et publicite,* p. 107-l08), e o interactiune între personalitatea individului si cea a produsului". Ne prefacem a crede ca produsele s-au diferentiat si multiplicat în asa masura încît au devenit fiinte *complexe,* si ca astfel relatia de cumparare si de consum e egala în valoare cu orice relatie *umana*.~[4] Ne întrebam însa: avem de-a face într-adevar cu o sintaxa vie? Oare obiectele se muleaza pe nevoile noastre si le structureaza într-un mod cu totul nou?

si reciproc: nevoile patrund oare în noi structuri sociale prin medierea - si

producerea - obiectelor? Daca raspunsul e da, putem vorbi de un limbaj. Daca e nu, toate acestea rezuma un idealism viclean de manager.

Structura si decupaj: marca

Cumpararea nu are nimic comun cu schimbul liber si viu. E o operatiune preconstrînsa, în care se înfrunta doua sisteme ireductibile: sistemul în miscare si incoerent al individului, - cu nevoile, conflictele si negativitatea lui - si sistemul codificat, clasificat, discontinuu, relativ coerent al produselor cu pozitivitatea lor. Nu exista nici o interactiune, ci doar o integrare fortata a sistemului nevoilor si a sistemului produselor. Ansamblul constituie, desigur, un sistem de semnificatii, si nu doar de satisfactii. Pentru a avea însa un "limbaj" e nevoie de o sintaxa: obiectele de consum în masa constituie însa doar un repertoar. Sa ne explicam.

în stadiul productiei artizanale, obiectele reflecta nevoile prin contingenta si singularitatea lor. Cele doua sisteme sînt adaptate unul la celalalt: ansamblul e însa prea putin coerent, avînd-doar coerenta relativa a nevoilor. Acestea sînt contingente, mobile: nu exista progres tehnic obiectiv, începînd cu era industriala, obiectele fabricate primesc o coerenta ce le vine de la ordinea tehnica si de la structurile economice. Sistemul nevoilor va deveni astfel mai putin coerent decît cel al obiectelor. Ultimul îsi impune coerenta, dobîndind puterea de a modela o întreaga civilizatie (Simondon, *op. cit.,* p. 24). Putem spune si ca "masina a înlocuit seria nelimitata a variabilelor (obiectele "pe masura", adaptate nevoilor) printr-un numar limitat de constante" (Mumford, ***Tqphru** et Civil,* p. 246). în aceasta evolutie avem desigur premisele unui limbaj: structurare interna, simplificare, trecere la limitat si la discontinuu, constituirea unor tehneme si convergenta tot mai mare a acestora. Daca obiectul artizanal se afla la nivelul vorbirii, tehnologia industriala instituie o limba. Limba nu e însa un limbaj: nu structura concreta a automobilului "vorbeste" despre el, ci forma, culoarea, linia, accesoriile, *standingul* obiectului. Iar aici sîntem la turnul Babilonului: fiecare îsi are propriul idiom. Cu toate acestea chiar si asa, productia seriala, prin diferentele ei calculate si variantele ei combinatorii, decupeaza semnificatiile, instaureaza un repertoriu si creeaza un lexic de forma si de culori în care se pot înscrie modalitatile recurente ale "vorbirii": e vorba însa de un limbaj? în aceasta imensa paradigma lipseste adevarata sintaxa. Ea nu are nici sintaxa riguroasa a nivelului tehnologic, nici sintaxa supla a nevoilor: pluteste între cele doua ca un repertoriu extensiv si încearca sa se epuizeze pe planul cotidian într-o imensa încrucisare de tipuri si de modele, printre care circula nevoile devenite incoerente, fara ca vreo structurare reciproca sa existe. Produsele ce au o mai mare coerenta

sînt supuse unui adevarat reflux al nevoilor, care încearca sa patrunda cu greutate si arbitrar printre obiecte, fragmentîndu-se si com-promitîndu-si continuitatea. La drept vorbind, sistemul nevoilor individuale

122

aa peste cap lumea omecieiur pnu aosuiuia iui uumwgcina, msa aiwju contingenta e oarecum repertoriata, clasificata si decupata de obiecte: prin urmare, poate fi dirijata - iar finalitatea reala a sistemului, pe plan socio-economic, e tocmai aceasta.

Daca ordinea tehnica industriala dobîndeste puterea de a modela civilizatia în care traim, acest lucru se petrece într-un mod dublu si contradictoriu: prin coerenta si prin incoerenta. Prin coerenta structurala (tehnologica) „la vîrf' si prin incoerenta astructurala (dirijata însa) a mecanismului de comercializare a produselor si de satisfacere a nevoilor "la baza". Vedem asfel ca, daca limbajul pastreaza posibilitatea "esentialului" si a unei sintaxe a schimbului (structurarea comunicarii), deoarece nu e nici consumat si nici posedat în mod propriu, sistemul obiecte/publicitate, invadat de neesential si de lumea destructurata a nevoilor, se limiteaza la satisfactii de amanunt, fara a institui vreodata noi structuri de schimb colectiv

128

P. Martineau mai scrie: **"Desigur,** nu exista relatii simple între categoriile de cumparatori si categoriile de nasini. Fiinta umana e un ansamblu complex de motivatii numeroase, ce se pot combina în feluri nenumarate. Cu toate acestea, admitem ca diferitele niarci si modele îi ajuta pe oameni sa-si exprime propria personalitate." Dupa care ilustreaza aceasta "personalizare" prin cîteva exemple. "Prin alegerea masinii, conservatorul vrea sa lase o impresie de demnitate, de seriozitate... Persoanele nici prea frivole si nici prea austere, la curent cu toate, dar nu de avangarda, vor alege un alt tip precis de masina... Gama personalitatilor îi cuprinde si pe inovatori, si pe ultramoderni etc". Martineau are desigur dreptate: asa se definesc oamenii fata de obiecte. Acest lucru arata însa deasemenea ca obiectele nu constituie un limbaj, ci o gama de criterii distinctive, mai mult sau mai putin indexate pe o gama de personalitati stereotipe. Totul se întîmpla ca si cum sistemul diferential al consumului ne-ar ajuta sa decupam:

1. în consumator: sectoare categoriale de nevoi, care nu au decît o legatura îndepartata cu persoana, ca totalitate vie;

2. în ansamblul social: sectoare categoriale sau "grupuri de statut" ce se recunosc într-un ansamblu de obiecte sau în altul. Gamele ierarhizate de obiecte si de produse joaca strict rolul pe care-l jucau cîndva gamele distinctive de valori: morala grupului se întemeiaza tocmai pe ele.

Pe cele doua planuri, apare o solicitare, o inducere fortata si o cate-gorizare a lumii personale si sociale, plecînd de la obiecte si tinzînd spre un repertoriu ierarhizat lipsit de sintaxa, cu alte cuvinte *spre o ordine de clasificare, nu spre un limbaj*. Totul se petrece ca si cum nu ar fi vorba de o dialectica, ci un decupaj social, si prin acesta de impunerea unei ordini - iar prin aceasta ordine de impunerea unui fel de viitor obiectiv (materializat în obiecte) pentru fiecare grup: pe scurt un cadrilater în cadrul careia relatiile ar tinde mai degraba spre saracire. Filosofilor euforici si abili ai "motivatiei" le-ar place sa se convinga pe ei însisi, si pe altii, ca dominatia obiectului e oricum drumul cel mai scurt spre libertate. Dovada adusa e

amestecul spectaculos de nevoi si satisfactii, multimea alegerilor posibile si întregul tîrg al cererii si ofertei a carui efervescenta poate foarte bine sa ne dea iluzia unei culturi. Sa nu ne pacalim însa... obiectele sînt de fapt *categorii de obiecte* ce determina absolut tiranic *categorii de persoane* - ele asigura supravegherea politieneasca a sensului social, iar semnificatiile pe care le genereaza sînt de asemenea sub control. Proliferarea lor, în acelasi timp arbitrara si coerenta, e cel mai bun vehicul al unei ordini sociale la fel de arbitrara si coerenta, care se materializeaza în ele în modul cel mai eficace sub semnul abundentei.

Conceptul de "marca" - cardinal în publicitate - rezuma destul de bine posibilitatile unui „limbaj" al consumului. Toate produsele (în afara celor alimentare, perisabile) se propun atentiei printr-o sigla impusa: orice produs "demn de acest nume" are o marca (care se substituie uneori numelui obiectului: frigider). Functia marcii e' semnalarea produsului, iar functia ei secunda e mobilizarea conotatiilor afective: "în economia noastra, puternic concurentiala, putine produse îsi pastreaza superioritatea tehnica. Ele trebuie sa primeasca rezonante care le individualizeaza si sa fie înzestrate cu asocieri si cu imagini, sa aiba semnificatii la niveluri numeroase, daca vrem sa se vînda bine si sa trezeasca un atasament afectiv ce se exprima prin fidelitatea fata de o **marca"**(Martineau, *op.* ***cit.,*** p. 75).

Iata asadar cum se înfaptuieste restructurarea psihologica a consumatorului: printr-un cuvînt: Philips, Olida, General Motors - capabil de a rezuma în acelasi timp o diversitate de obiecte si o multime de semnificatii difuze. O expresie sintetica ce rezuma o afectivitate sintetica: miracolul "etichetei psihologice". La drept vorbind, e singurul limbaj vorbit de obiect, singurul pe care el l-a inventat. Or, acest lexic de baza, ce acopera peretii si bîntuie constiintele, e strict asintactic: diferitele marci se succed, se juxtapun, se substituie unele altora, fara articulare si fara tranzitie - lexic ratacitor -, una devorînd-o pe alta si fiecare traind într-o repetare neostoita. E fara îndoiala cel mai sarac limbaj ce poate exista: greu de semnificatii si gol de sensuri; un

limbaj facut din semnale, în care "fidelitatea" fata de marca nu e decît rezultatul conditionat al unei afectivitati dirijate.

Dar. vor obiecta filosofii, faptul de a evoca fortele adîncurilor (fie si doar pentru a le reintegra în sistemul sarac al etichetelor) nu e oare o binefacere? "Eliberati-va de cenzura! Dejucati-va supra-eul! Aveti curajul dorintelor voastre!" Dar aceste foite venite din adîncurile fiintei sînt oare solicitate pentru a li se permite sa se articuleze într-un limbaj? Acest sistem de semnificatii ne îngaduie oare sa aducem la un sens - si la ce sens? - zone pîna acum oculte ale persoanei? Iata ce mai spune Martineau: "Fireste, e preferabil sa folosim termeni acceptabili, stereotipi: aceasta e esenta metaforei (!)... Daca cer o tigara "dulce" sau o masina "frumoasa", fara sa fiu însa capabil sa definesc literal aceste atribute, stiu ca ele indica ceva de-zirabil. Automobilistul obisnuit nu stie ce e octanul din benzina, însa stie, vag, ca e ceva folositor. Tocmai de aceea cere benzina cu mare concentratie de

octan: pentru ca, prin acest jargon de neînteles, cauta o calitate favorabila si esentiala" (p. 142). Altfel spus, discursul publicitar nu face altceva decît sa trezeasca dorinta, pentru a o generaliza mai apoi în termenii cei mai vagi cu putinta. "Fortele din adîncuri", reduse la expresia lor cea mai simpla, sînt indexate printr-un cod institutional de conotatii, iar "alegerea" nu face, în fond, decît sa confirme complicitatea ordinei*morale* cu veleitatile noastre profunde: în aceasta consta alchimia "etichetei psihologice"[25].

Evocarea stereotipa a "fortelor din adîncuri" echivaleaza cu o *cenzura.* Ideologia împlinirii personale, victoria lipsei de logica a pulsiunilor decul-pabilizate nu e, la drept vorbind, altceva decît o gigantica întreprindere de materializare a supra-eului. *Ceea ce e personalizat în primul rînd în obiect e cenzura.* Filosofii consumului vorbesc în zadar de "fortele profunde" ca de niste posibilitati imediate ale fericirii, pe care trebuie sa le eliberam. întregul inconstient e conflictual si, în masura în care e mobilizat de publicitate, e mobilizat ca un conflict. Publicitatea nu elibereaza pulsiunile, ci mai întîi fantasmele ce le blocheaza. De unde ambiguitatea obiectului, în care persoana nu apuca niciodata sjl se depaseasca, ci doar sa se adune într-un mod contradictoriu: prin dorintele si fortele care le cenzureaza pe acestea. Regasim aici schema globala de gratificare/frustrare analizata mai sus: în spatele rezolvarii formale a tensiunilor si a unei regresii niciodata reusite, obiectul vehiculeaza întotdeauna reluarea peipetua a conflictelor. Aceasta e, poate, definitia formei specifice a alienarii contemporane: conflictele interioare si "fortele din adîncuri" sînt mobilizate si alienate în procesul de consum, asa cum forta de munca e alienata în procesul de productie.

Nimic nu s-a schimbat, sau mai degraba ba da: restrictiile puse în fata împlinirii persoanei umane nu se mai exercita

prin legi represive si prin norme de supunere: cenzura se exercita prin conduite "libere" (cumparare, alegere, consum), gratie unei investiri spontane, interiorizîndu-se într-un fel de bucurie.

Un cod universal: standingul

Sistemul obiecte/publicitate constituie asadar mai putin un limbaj (neavînd sintaxa vie a acestuia) cît un sistem de semnificatii: are saracia si eficacitatea unui cod. Nu structureza personalitatea, ci o desemneaza si o clasifica. Nu structureaza nici relatia sociala, ci o decupeaza într-un repertoar ierarhic. în sfirtit, se formalizeaza într-un sistem universal de reperare a statutului social: codul "standingului".

în cadrul societatii de consum, notiunea de statut ca si criteriu de determinare a fiintei sociale tinde tot mai mult sa se simplifice si sa coincida cu cea de "standing". Or, "standingul" e calculat si în registrul puterii, al autoritatii, al raspunderilor, dar de fapt "Nu poate exista o adevarata responsabilitate fara ceasul de mîna Lip!" întreaga publicitate se refera explicit la obiect ca la un criteriu imperativ: "Veti fi judecat dupa... O femeie eleganta e recunoscuta

dupa..." etc. Desigur, obiectele au constituit întotdeauna un sistem de reperare, dar paralel si adesea accesoriu fata de alte sisteme (gestica, ritual, ceremonial, limbaj, statut prin nastere, cod al valorilor morale etc). Ceea ce e propriu societatii noastre e faptul ca celelalte sisteme de recunoastere se resorb progresiv în ele, în folosul exclusiv al codului "standingului". Acest cod se impune cu evidenta, mai mult sau mai putin, în functie de cadrul social si de nivelul economic, însa functia colectiva a publicitatii e de a ne converti la el. E moral, deoarece e confirmat de grup, si orice infractiune fata de el e mai mult sau mai putin culpabilizanta. E totalitar, si nimeni nu scapa de el: daca scapam de el cu titlu personal nu înseamna deloc ca nu participam zi de zi la elaborarea lui pe plan colectiv. Daca nu credem în el, credem totusi îndeajuns ca ceilalti cred în el, intrînd astfel în joc, fie si la modul ironic. Chiar si conduitele refractare fata de acest cod se precizeaza în functie de o societate ce i se conformeaza. De altfel, el are aspecte pozitive:

1. nu e mai arbitrar decît oricare altul. Chiar si în propriii nostri oclii, evidenta valorii e, printre altele, masina pe care o schimbam, cartierul în care locuim, numeroasele obiecte ce ne înconjoara si ne diferentiaza. Dar nu numai toate acestea. Codurile de valori nu au fost însa întotdeauna partiale si arbitrare (în primul rînd codurile morale)?

2. face posibila socializarea si secularizarea totala a semnelor de recunoastere: e legat asadar de emanciparea,

fie si formala, a relatiilor sociale. Obiectele nu fac mai suportabila doar viata materiala, înmultindu-se ca bunuri, ci fac mai suportabil si statutul reciproc al oamenilor, generalizîndu-se ca semne de recunoastere. Sistemul standingului are cel putin ca avantaj faptul ca face ca toate ritualurile de casta sau de clasa sa devina caduce - si, în general, toate criteriile anterioare (si interioare) de discriminare sociala.

3. pentru întîia oara în istorie, constituie un sistem de semne si de lectura *universal.*Putem regreta ca le-a dat la o parte pe toate celelalte, însa putem spune invers, ca extenuarea progresiva a celorlalte sisteme (de nastere, de clasa, de functie), extinderea concurentei, mobilitatea sociala mai mare, aerisirea accelerata a grupurilor sociale, instabilitatea si înmultirea limbajelor facea necesara instituirea unui cod de recunoastere limpede, fara ocolisuri, universal. într-o lume în care milioane de oameni se întîlnesc zilnic, fara sa se cunoasca, codul "standingului", ce satisface exigenta vitala de a fi la curent cu ce li se întîmpla celorlalti, are o functie sociala esentiala.

Cu toate acestea:

1. universalitatea si eficacitatea sînt obtinute cu pretul unei simplificai! radicale, al unei saraciri, al unei regresii aproape definitive a "limbajului" valorii: "Orice persoana se califica prin propriile-i obiecte". Coerenta e obtinuta prin instaurarea unei combinatorii sau a unui repertoar: un limbaj functional, prin urmare, însa sarac din punct de vedere simbolic si structural.

2. faptul ca un sistem de lectura si de recunoastere e, în zilele noastre, valabil pentru toti, ca seninele valorii sînt în întregime socializate si obiectivate, nu duce deloc la o "democratizare" reala. Avem impresia, dimpotriva, ca *o constrîngere de referire unica nu face decît sa exacerbeze dorinta discriminarii:* chiar în cadrul sistemului omogen, vedem des-fasurîndu-se o obsesie mereu noua a ierarhiei si a distinctiei. Daca barierele morale, de eticheta si de limbaj cad, noi bariere si noi excluderi rasar în cîmpul obiectelor: o noua morala de clasa sau de casta se va investi de data aceasta în lucrurile cele mai materiale si mai pregnante.

Daca, prin urmare, codul "standingului" e pe cale de a constitui, în zilele noastre, o ordine de semnificatii universala, usor lizibila si permitînd o circulatie fluida a reprezentarilor sociale pe toata scara grupului, societatea nu devine, prin aceasta, transparenta. Codul ne da imaginea unei transparente false si a unei false lizibilitati a raporturilor sociale, în spatele careia adevaratele structuri de productie si adevaratele relatii sociale ramîn indescifrabile. O societate nu poate fi transparenta decît daca cunoasterea ordinei semnificatiilor ar fi totodata si cea a ordinei structurilor si a faptelor sociale. Nu asa se întîmpla cu sistemul obiecte/publicitate, ce nu ofera decît

un cod de semnificatii mereu complice si opac. De astfel, daca prin coerenta lui el aduce un confort formal, tot el e mijlocul cel mai bun prin care jurisdictia imanenta a societatii globale se extinde permanent asupra indivizilor.

[1] Vezi cazul modei (R. Barthes).

[1] Cu toate acestea, sa nu uitam ca primele publicitati se refereau la potiuni miraculoase,

la leacuri babesti si la altele de acest **fel:** e vorba prin urmare de informatie, însa foarte

tendentioasa.

[3] *Placebo-ur'de* sînt substante neutre pe care medicii le administreaza bolnavilor psihosomatici. Nu rareori se întîmpla ca bolnavii sa se vindece gratie acestei substante inactive, ca si cum ar fi luat adevarate medicamente. Ce integreaza si ce asimileaza ei? Ideea medicamentului + prezenta medicului. Pe tata si pe mama în acelasi timp. si în cazul lor, credinta îi ajuta sa recupereze o situatie infantila si sa rezolve un conflict psihosomatic.

[4] Desi nu e cazul sa o facem aici, aceasta analiza ar trebui extinsa la comunicatiile de masa în general.

[5] Dar nu are cîtusi de putin nevoie de a se exprima pentru a fi prezenta în mod eficace: simpla imagine publicitara e suficienta pentru a o impune.

[6] De exemplu, în emisiunile radiofonice patronate de un anumit produs, imperativul publicitar e minim fata de complicitatea afectiva: "Iata un produs oferit de Sunil".

Locuitorii unei periferii americane protesteaza nu împotriva insuficientelor obiective ale serviciilor municipale, ci împotriva erorilor serviciului psihologic: nu s-a facut, din punct de vedere psihologic, ce trebuia pentru a-i face sa accepte o anumita situatie (Riesman, p.260).

[8] Ca si în cazul alegerii (v. *Modele si serii):* obiectul în sine ne e vîndut, însa "gama" de obiecte ca atare ne e "oferita".

[9] Pentru ca alegerea si publicitatea sa ne poata fi "oferite" a fost nevoie ca tot mai multe credite sa fie consacrate "personalizarii'.' modelelor si difuzarii publicitare, în dauna cercetarii fundamentale: ceea ce ni se "ofera" psihologic e retras din calitatea tehnica a lucrului vîndut. Acest proces nu trebuie minimalizat: în societatile "dezvoltate", el

primeste o anvergura colosala. Cine poate spune însa ca publicitatea, care ne scade fragilitatea prin satisfactii imaginare, nu are o functie *obiectiva* tot atît de fundamentala ca si progresul tehnic, care satisface nevoile noastre materiale?

[10] Anumite teme predominante (sînii, buzele) sînt de altfel poate mai putin erotice cît "nutritionale".

[11] Termenul german ce desemneaza publicitatea: *die Werbung,* semnifica literalmente cautarea fiintei iubite. *Der umworbene Mensch* e omul investit publicitar, si de asemenea omul solicitat sexual.

[12] Sînt cunoscute esecurile companiilor publicitare ce au vizat schimbarea comportamentelor sociale sau a structurilor colective (împotriva alcoolului, al condusului periculos al masinii etc). Publicitatea e refractara principiului (colectiv) de realitate. Ea vizeaza individul, în visul lui personal. Singurul ei imperativ eficace e poate acesta: Oferiti (deoarece intra în sistemul reversibil al gratificarii).

Publicitatile negative sau ironice sînt simple antifraze - artificiu bine cunoscut al visului.

[14] Evident, trebuie sa tinem seama de conjunctura politica Est-Vest. Putem însa afirma ca lipsa publicitatii, asa cum o cunosc ei, e, printre altele, unul dintre motivele reactiei lor negative împotriva Estului.

[15] In spatele sistemului de gratificare se vad de altfel întarindu-se toate structurile de autoritate: planificare, centralizare, birocratie - partide, state si tot felul de mecanisme îsi amplifica dominatia în spatele vastei imagini materne care face tot mai putin posibila contestarea lor reala.

[16] Aceasta analiza poate fi transpusa în sistemul obiectelor. Tocmai pentru ca obiectul e si el ambiguu, nefiind întotdeauna doar obiect, ci în acelasi timp *vizare a absentei relatiei umane* (dupa cum semnul publicitar e vizare a absentei obiectului real), obiectul poate juca si el un puternic rol de integrare. Cu toate acestea, specificitatea practica a obiectului face ca vizarea absentei realitatii sa fie mai putin precisa decît în semnul publicitar.

[17] Orice semn publicitar poarta marturie, chiar si de unul singur, despre acest sistem tautologic de recunoastere, deoarece, în acelasi timp, se indica pe sine ca publicitate.

[18] Nu e oare acea?ta functia sistemului totemic dupa Levi-Strauss? Prin semnele totemice arbitrare, ordinea societatii se ofera pr-jvirii, în imanenta ei durabila. Publicitatea ar fi, astfel, finalitatea unui sistem cultural revenit (prin inventarul "urmelor") la saracia codurilor de semne si a sistemelor arhaice.

[19] Termenul de concurenta e ambiguu: lucrurile ce "concureaza" rivalizeaza si converg în acelasi timp. Tocmai rivalizînd cu înversunare se "concureaza" cel mai sigur spre acelasi punct. La un anumit prag al progresului tehnic (în mod special în SUA), toate obiectele din aceeasi categorie sfîrsesc prin a-si fi echivalente, iar constrîngerea de diferentiere nu mai reuseste altceva decît sa le faca sa se schimbe toate odata, în fiecare an, dupa aceleasi norme. Tot

asa, libertatea extrema a alegerii ne readuce pe toti la constrîngerea rituala de a poseda aceleasi lucruri.

[20] în SUA, obiectele esentiale (automobil, frigider) tind la o durata previzibila si impusa de un an (trei pentru televizor, ceva mai mult pentru apartament). Normele sociale de *standing* sfîrsesc prin a impune un fel de metabolism al obiectului, un ciclu din ce în ce mai rapid: tocmai acest ciclu nou, îndepartat de cele naturale dar care, în mod curios, coincide cu vechi cicluri sezoniere - ca si nevoia de a-l urma -, instituie în zilele noastre morala cetateanului american.

* *Happyfew* (engl.): rarii privilegiati.

[21] Lucru rezumat perfect de ambiguitatea acelui *dumneavostra* (fr. *vous),* ca si a lui*you* din engleza: "Guiness is good for you". E aceasta o formula deosebita de politete (asadar personalizanta) sau o adresare catre un subiect colectiv? *Vous* (fr.) singular sau ***vous*** plural? Poate ca ambele. Sau fiecare dintre cele doua, în masura în care se aseamana cu fiecare: de fapt, *vous* gnomic = *on* (fr). Cf. Leo Spitzer, *Sprache im technischen Zeitat-ter,* dec. 1964. p. 961.

[22] Cînd a apanit moda coafurii Bardot, orice fata la moda era unica în propriii ei ochi, deoarece nu se referea niciodata la alte mii de fete ca si ea, ci la Bardot însasi, arhetipul

sublim din care decurgea originalitatea. La limita, faptul ca patru sau cinci nebuni din acelasi azil se iau drept Napoleon nu e mai jenant. Aceasta deoarece constiinta nu se califica, în cazul lor, prin relatia reala, ci prin cea imaginara.

[23] Reluînd schema marxista din *Problema evreiasca,* putem spune ca, în societatea de consum, individul e liber în calitatea lui de consumator, dar ca nu e liber decît ca atare. Emanciparea e formala.

[24] Exista si alte metode, arhaice însa, de personalizarii a cumpararii: tirguiala, cumparare de ocazie (dupa norocul fiecaruia), *shopping* (rabdare, joc) etc. Sînt arhaice deoarece presupun un produs pasiv si un cumparator activ. In zilele noastre, întreaga initiativa a personalizarii e încredintate publicitatii.

[25] De fapt, am face o prea mare cinste publicitatii daca am compara-o cu o *magie:*lexicul nominalist al alchimistilor are în el ceva dintr-un limbaj adevarat, structurat de o practica a cautarii si a descifrarii. Nominalismul "marcii" e, în ce-l priveste, pur imanent si imobilizat de imperativul economic.

CONCLUZIE: SPRE O DEFINIȚIE A "CONSUMULUF

Am dori sa încheiem aceasta analiza pe mai multe nivele a legaturii cu obiectele în procesul sistematic printr-o definitie a "consumului", deoarece toate elementele practicii actuale în acest domeniu tind spre ea.

Putem concepe consumul ca pe o modalitate caracteristica a societatii noastre industriale, cu conditia de a-l elibera odata pentru totdeauna de acceptia lui curenta - de proces de satisfacere a nevoilor. Consumul nu e un mod pasiv de absorbire si de însusire opus modalitatii active a productiei, pentru a pune în balanta scheme naive de comportare (si de a-lienare). Trebuie stabilit chiar de la început ca el e un mod activ de relatie (nu numai cu obiectele, ci si cu colectivitatea si cu lumea), un mod de activitate sistematica si de raspuns global pe care se întemeiaza întregul nostru sistem cultural.

Trebuie sa stabilim cu limpezime ca nu obiectele si produsele materiale sînt obiectul consumului: acestea sînt doar obiecte ale nevoilor si satisfactiilor. De cînd e lumea, oamenii au cumparat, au posedat, au cheltuit si s-au bucurat de lucruri - dai- cu toate acestea nu au "consumat". Sarbatorile "primitive", risipa seniorului feudal, luxul burghezului din secolul al XIX-lea nu sînt consum. Iar daca sîntem îndreptatiti sa folosim acest termen pentru societatea contemporana nu e din cauza ca mîncam mai bine si mai mult, ca absorbim mai multe imagini si mesaje, ca dispunem de mai multe aparate si gadgeturi. Volumul bunurilor ori satisfacerea nevoilor nu ajung pentru a defini conceptul de consum, fiind doar o conditie prealabila a acestuia.

Consumul nu e nici o practica materiala, si nici o fenomenologie a "abundentei"; nu se defineste nici prin alimentul pe care-l digeram, nici prin automobilul de care ne servim si nici prin substanta orala sau vizuala a imaginilor si mesajelor, ci prin organizarea în substanta semnificanta a tuturor acestora: e *totalitatea virtuala a obiectelor si mesajelor deja constituite într-un discurs mai mult sau mai putin coerent*. Consumul, ca sa putem spune ca are un sens, e *o activitate de manipulare sistematica a semnelor*.

Obiectul-simbol traditional (casa, sculele, mobilele), care mediatiza o relatie reala sau o situatie traita si avea clar imprimata în substanta si forma lui dinamica constienta sau inconstienta a acestei relatii - nefiind prin urmare arbitrar -, acest obiect înlantuit si impregnat de grele conotatii dar mereu viu tocmai prin relatia lui de inferioritate si de tranzitivitate spre fapta sau spre gestul uman (colectiv ori individual) nu e consumat.*Pentru ca obiectul sa fie obiect de consum a trebuit ca, mai întîi, sa devina semn,* cu alte cuvinte exterior fata de o relatie pe care nu face altceva decît sa o semnifice -*asadar arbitrar* si necoerent cu acea relatie concreta, primindu-si însa coerenta, prin urmare sensul, prin relatia abstracta si sistematica cu toate celelalte obiecte-semne. Abia atunci se "persona-

lizeaza", intra în serii etc; abia de atunci va fi consumat, nu în materialitatea ci în diferenta lui.

Convertirea obiectului la statutul sistematic de semn implica o modificare simultana a relatiei umane, care devine relatie de consum, cu alte cuvinte care tinde sa se consume (în sensul dublu al cuvîntului: sa se "împlineasca" si sa se "aboleasca" în si prin obiecte, care devin medierea ei obligatorie si, foarte curînd, semnul ei substitutiv: *un alibi).*

Vedem foarte bine ca nu obiectele sînt consumate, ci relatia însasi - semnificata si absenta, inclusa si exclusa în acelasi timp -; în seria de obiecte se consuma *ideea de relatie* pe care acestea o fac vizibila.

Relatia nu mai e traita: se abstractizeaza si se aboleste într-un obiect-semn în care se consuma.

Statutul relatiei/obiect e orchestrat la toate nivelurile de ordinea de productie, întreaga publicitate sugereaza ca relatia vie, contradictorie, nu trebuie sa perturbeze ordinea "rationala" a productiei si ca trebuie sa fie consumata ca orice altceva. Trebuie sa se "personalizeze" pentru a i se integra acesteia din urma. în acest punct, regasim concluziile logicii formale a marfii, analizata de Marx: tot asa cum nevoile, sentimentele, cultura, stiinta si toate fortele proprii ale omului sînt integiate ca marfa în ordinea productiei, materializîndu-se în forte productive pentru a putea fi vîndute, dorintele, proiectele, exigentele, pasiunile si relatiile se abstractizeaza (sau se materializeaza) în semne si în obiecte pentru a fi cumparate si consumate. Iata exemplul cuplului: finalitatea lui obiectiva devine consumul de obiecte, printre altele al unor obiecte care altadata nu simbolizau cîtusi de putin relatia.[1]

Daca citim începutul romanului lui Georges Perec, *Lucrurile* (1965): "Ochiul ar aluneca mai întîi de-a lungul mochetei gri a unui coridor întins, înalt si strîmb. Peretii ar fi acoperiti de dulapuri din lemn deschis la culoare, ale caror parti metalice, din arama, ar straluci. Trei gravuri... ne-ar duce spre o draperie din piele, atîrnata de inele mari din lemn cu vinisoare, pe care un simplu gest ar face-o sa cada... Apoi am ajunge într-o camera de zi, lunga de vreo sapte metri si lata de vreo trei. La stînga, într-un fel de alcov, un divan lat din piele neagra, obosit, ar fi pazit pe margini de doua rafturi de biblioteca din lemn de cires de o culoare stearsa, pe care s-ar îngramadi de-a valma niste carti. Deasupra divanului, un portulan s-ar întinde pe întreaga lungime a peretelui. Dincolo de o masa mica si joasa, sub un covor de rugaciune din matase, atîmat pe perete în trei cuie de arama cu capat mare, care ar sta în fata draperiei din piele, înca un divan, perpendicular pe primul si îmbracat cu o catifea maro deschis ne-ar duce spre o mica mobila înalta cu picioare, lacuita în rosu încliis si avînd trei etajere pe care ar fi asezate niste bibelouri:

agate si oua de piatra, cutii pentru tutun, bomboniere, scrumiere de jad etc. Mai departe... cutii si discuri, lînga un pick-up închis, din care nu s-ar vedea decît patru butoane de otel ghiosat..." (p.12), e limpede ca, în ciuda unui fel de nostalgie densa si

moale pe care o degaja acest "interior", nimic nu are vreo valoare simbolica. E suficient sa comparam aceasta descriere cu una facuta de Balzac pentru a vedea ca nici o relatie umana nu mai e înscrisa în lucruri: totul e semn, un semn pur. Nimic nu are prezenta, si nici istorie; în schimb, totul e bogat în referinte: orientala, scotiana, americana etc. Toate obiectele sînt înzestrate *doar cu singularitate:* sînt abstractizate în însasi diferenta lor (modul lor referential de a fi) si se combina între ele tocmai în virtutea acestei abstractii. Ne gasim în universul consumului.[2].

Or, urmarea povestirii ne lasa sa întrevedem functia unui astfel de sistem de obiecte-semn: departe de a simboliza vreo relatie, aceste obiecte, ce-i sînt straine prin continua lor "referire la ceva", descriu golul relatiei, ce poate fi descifrat pretutindeni prin inexistenta partenerilor unul fata de celalalt. Jerome si Sylvie nu exista ca un cuplu: singura lor realitate e "Jerome-si-Sylvie": pura complicitate ce transpare în sistemul de obiecte care o semnifica. Nu vom spune însa nici ca obiectele se substituie mecanic relatiei absente si ca umplu un gol; nu: ele *descriu* golul ca pe un loc al relatiei, într-o miscare care e, în acelasi timp, un mod de a nu o trai dar si de a o desemna cu toate acestea, fara încetare (în afara cazurilor de regresie totala), ca posibilitate a vietii. Relatia nu se împotmoleste în pozitivitatea absoluta a obiectelor, ci se articuleaza în ele ca în tot atîtea puncte materiale ale unui lant de semnificatii; atâta ca aceasta configuratie semnificativa a obiectelor e, aproape tot timpul, saraca, schematica, închisa; în ea nu se repeta decît *ideea unei relatii* ce nu poate fi traita. Divanul de piele, pick-up-ul, bibelourile, scrumierele de jad: în aceste obiecte se semnifica *ideea de relatie,* ce se consuma si se aboleste ca relatie traita.

Consumul poate fi definit, astfel, ca o *practica idealista totala,* sistematica, ce depaseste cu mult relatia cu obiectele si relatia interindi-viduala, întinzîndu-se asupra tuturor registrelor istoriei, comunicarii si culturii. Exigenta culturala ramîne astfel vie, însa în cartea de lux sau în cromolitograiia din sufragerie doar *ideea* de cultura e consumata. Exigenta revolutionara ramîne si ea vie, dar neputîndu-se actualiza în practica se consuma în ideea de Revolutie. Ca idee, Revolutia e într-adevar vesnica, si va fi vesnic consumabila, ca orice alta idee - toate, chiar si cele mai contradictorii, putînd coexista ca semne în logica idealista a consumului. Revolutia se va semnifica printr-o terminologie combinatorie, într-un lexic de termeni im-mediati, în care e data ca savîrsita si în care "se consuma"[3].

Tot asa, obiectele de consum constituie un lexic idealist de semne, în care proiectul vietii se indica printr-o materialitate evanescenta. în cartea lui Perec vedem si acest lucru: "Li s-ar parea, uneori, ca o întreaga viata s-ar putea scurge armonios între peretii acoperiti cu carti si aceste obiecte atît de impecabil domesticite încît ar fi sfîrsit prin a le crede create de cînd e lumea doar pentru folosinta lor... Nu s-ar simti însa încatusati: în anumite zile, ar lua-o din loc la întîmplare. Nici un proiect nu le-ar fi imposibil de realizat". Or, tocmai acest lucru e la conditional, iar cartea îl dezminte: nu

mai exista proiecte, ci doar obiecte. Sau, mai degraba, proiectul nu a disparut, ci se multumeste cu propria-i realizare ca semn - în obiect. Obiectul de consum apare astfel, foarte precis, drept *ceva în care proiectul se "resemneaza".*

Fapt ce explica de ce *consumul nu are limite.* Daca ar fi ceea ce e luat în mod naiv: o absorbire, o devorare, ar trebui sa ajungem la o saturare. Daca ar fi relativ la ordinea nevoilor ar trebui sa ne îndreptam spre satisfactii. Nimic din toate acestea nu se întîmpla însa: vrem sa consumam tot mai mult. Constrîngerea de a consuma nu e datorata vreunei fatalitati psihologice (cine a baut va bea si de acum încolo), si nici unei simple con-strîngeri de prestigiu. Daca consumul paie de neînvins e tocmai din cauza ca e o practica idealista totala, care, dincolo de un anumit prag, nu are nimic de-a face cu satisfacerea nevoilor sau cu principiul de realitate. E dinamizat de proiectul mereu dezamagit si subînteles în obiect. Proiectul im-mediatizat în semn îsi transfera dinamica existentiala spre posedarea sistematica si nedefinita a obiectelor-semne de consum. Iar aceasta nu va putea decît sa se depaseasca sau sa se repete continuu pentru a ramîne ceea ce e: o ratiune de a trai. însusi proiectul de a trai, fragmentat, deceptionat, semnificat se reia si se aboleste în obiecte succesive. "A tempera" consumul sau a încerca sa stabilim o grila a nevoilor în masura sa-f normalizeze e o dovada de moralism naiv sau absurd.

Procesul sistematic si nedefinit al consumului rasare din exigenta dezamagita de totalitate, instalata în strafundurile proiectului. în idealitatea lor, obiectele-semne sînt echivalente unele cu altele si se pot înmulti la infinit: ba chiar *trebuie sa o faca,* pentru a umple, în fiecare clipa, golul absentei de realitate. în cele din urma, putem spune ca fenomenul consumului e de nereprimat tocmai pentru ca se întemeiaza *pe o lacuna.*

' Astfel, în S.U.A., cuplurile sînt încurajate sa-si schimbe anual verighetele si sa-si "semnifice" relatia prin cadouri si cumparaturi facute "în comun".

în "interiorul" lui Georges Perec avem obiecte deja transcendente prin moda, nu obiecte "de serie". în el

domneste o constrîngere culturala totala - un fel de terorism cultural. Aceasta însa nu schimba nimic în sistemul consumului însusi. [3] Aici, etimologia e edificatoare: "Totul e consumat" = "Totul e împlinit" si, desigur: "Totul e distrus". Revolutia e "consumata" în ideea de Revolutie înseamna ca Revolutia se împlineste (formal) si se aboleste în aceasta: ceea ce e dat ca realizat e, chiar de acum, imediat consumabil.

Nascut în 1929, Jean Baudrillard a fost profesor de sociologie la Universitatea Nantene. A debutat cu cronici literare publicate în revista *Les Temps modernes*. între 1966-l968 a tradus în franceza patru volume de proza si de teatru ale lui Peter Weiss, scriitor de limba germana care, dupa instalarea la putere a lui Hitler, s-a exilat la Londra, apoi la Praga si la Stockholm. în 1968 a dat o versiune franceza a unei importante contributii de antropologie culturala, cartea lui Willielm E. Muhîmann, *Chiliasmus und Nativismus,* publicata sub titlul *Messianismes revolutionnaires du Tiers-Monde (Mesianisme revolutionare în lumea a treia)*. Ultima etapa a carierei de traducator a lui Baudrillard a fost participarea la elaborarea versiunii frantuzesti a textelor lui Marx si Engels cuprinse în *Ideologia gennana*. Semnatarii traducerii, aparuta în 1976, au fost Henri Auger, Gil-bert Badia, Jean Baudrillard si Renee Cartelle.

Prima carte a lui Baudrillard e *Le Systeme des Objets,* aparuta în 1968 la editura Gallimard, pe care o prezentam cititorului în versiune româneasca. Ea a fost urmata de o productie impresionanta, care e înca în curs! Iata lista completa a lucrarilor autorului ce ne intereseaza în aceste rînduri[1]: *La Societe de Consommation,* Denoel, 1970*{Societatea de consum,* SC); *Pour une critique de Veconomie politique du signe,* Gallimard, 1972 *(Pentru o critica a economiei politice a semnului,* CEPS); *Le Mi mir de la production,* Casterman, 1973 *{Oglinda productiei,* MP); *L'Echange svmbolique et la*

mort, Gallimard, 1976 *(Schimbul simbolic si moartea* ESM); *Oublier Foucault,* Galilee, 1977 *(Sa-l uitam pe Foucault,* OF); *L'ef-fet Beaubourg,* Galilee, 1977 *(Efectul Beaubourg,* EB); *A Vombre des ma-jorites silencieuses,* Cahiers d'Utopie, 1978 *(în umbra majoritatii tacute,* OMS); *Le PC ou les paradis artificiels du politique,* Cahiers d'Utopie, 1978 *(Partidul comunist sau paradisul artificial al politicii,* PAP); De *la seduction,* Galilee, 1979 *(Despre seductie,* S); *Simulacres et simulation,* Galilee, 1981*(Simulacre si simulare,* SS); *Les Strategies fatales,* Grasset, 1983 *(Strategiile fatale,*SF); *La Gauche divine,* Grasset, 1984 *(Divina stinga,* GD); *Amerique,* Grasset, 1986*(America,* A); *L'autre par lui-meme,* Galilee, 1987 *(Celalalt vazut de el însusi,* ALM);*Cool memories,* Galilee, 1987 *(Amintiri formidabile,* CM); *Cool memories* II, Galilee, 1990; *La transparence du mal,* Galilee, 1990 *(Transparenta raului,* TM); *La Guerre du Golfe n'a pas eu lieu,* Galilee, 1991 (Razboiul Golfului nu a avut loc, GG); *L'Illusion de la fin,* Galilee, 1992 *(Iluzia sfîrsitului,* IF); *Le crime parfait,* Galilee, 1995 *(Crima perfecta,* CP). împreuna cu Marc Guillaume a mai publicat în 1993, la editura Galilee, un volum de reflectii si luari de pozitie teoretice intitulat *Figures de l'alterite (Figuri ale alteritatii).*

Vom încerca, în rîndurile ce urmeaza, sa degajam temele, motivele si punctele de puternica articulare ale gîndirii lui Jean Baudrillard, prezente deja în primul sau volum. Ne vom stradui, totodata, sa dam cititorului o imagine cît mai riguroasa a ansamblului operei autorului, prin corelarea sugestiilor oferite de textul *Sistemului obiectelor* cu rezultatul lecturii integrale a studiilor lui Baudrillard. Am dori ca cele doua demersuri ale noastre sa se manifeste în solidaritatea lor de intentie si sa reliefeze într-un mod suficient remarcabila coerenta si convergenta a ideilor pe care orice cititor avizat - si exigent - le poate detecta în vasta opera a unuia dintre cei mai interesanti eseisti contemporani.

1. Obiectul produs. De la Renastere încoace, acoperind asadar o perioada de aproximativ o jumatate de mileniu, omenirea a trait într-o stare exploziva perpetua, care a fost perceputa de umanisti, de oamenii de stiinta, de juristi, psihologi, ideologi si analisti ca o eliberare continua. Unde am ajuns însa? "Daca ar trebui sa caracterizam starea de lucruri actuala, as spune ca ne gasim dupa o orgie. Orgia e momentul exploziv al modernitatii, al eliberarii în toate domeniile. Eliberare politica si sexuala, eliberare a fortelor productive si destructive, a femeii si a copilului, a pulsiunilor inconstiente si a artei [...]" în zilele noastre, totul a fost eliberat, zarurile sînt aruncate si ne regasim cu totii în fata întrebarii cruciale: ce sa facem dupa orgie?" [2]

într-adevar, toate foitele au fost eliberate, într-un mod care lui Baudiil-lard îi apare ca orgiastic, adica strain oricarui control: regimurile politice puternic ierarhizate, autoritare sau totalitare, s-au transformat, în marea lor majoritate, în

democratii axate pe principiul reprezentativitatii cît mai largi; economia de piata sparge pretutindeni în lume cadrul centralizator al programarilor si anticiparilor ideologice ale nevoilor; eliberarea sexuala a fost o mare victorie a miscarii feministe, contribuind la pregatirea egalitatii reale a sexelor; semnificatia interventiilor armate a fost supusa si ea unei reciclari de principiu (a carei ambiguitate e însa mai **izbitoare** decît în cazul altor "eliberari") - razboaiele nu mai sînt declarate si au, deseori, aerul unor operatii de politie internationala ce tind la stingerea conflictelor regionale - fosta Iugoslavie -, la mentinerea *statu* ^Mo-ului teritorial - razboiul Golfului - sau chiar la restabilirea echilibrului umanitar - interventiile SUA si ale Frantei în Africa (nu întîmplator, administrarea acestor conflicte e în mare masura încredintata ONU si "fortelor de pace" ale Organizatiei Mondiale); psihicul uman si-a eliberat si el preaplinul si potentialul inconstient, gratie psihanalizei, ce izoleaza complexele refulate si aduce obsesiile în stare discursiva, facîndu-le exprimabile; artele, în sfîrsit, s-au eliberat spectacular, în forme nenumarate si punînd în functiune criterii estetice cu adevarat revolutionare: caligramatismul, non-figurativis-mul, dodecafonismul, a-discursivitatea, productivitatea textuala indefinita

etc. Care e însa, la o privire atenta, semnificatia acestui val de "eliberari", si care e principiul - sau iluzia - care le-a dat nastere?

Viata si destinul obiectelor ne vor aduce, ajunsi aici, importante elemente de clarificare. Revolutia industriala si tehnologica a consacrat, de vreun secol si jumatate deja, eliberarea obiectului sub semnul productiei, al satisfacerii nevoilor (instaurînd asadar valoarea de folosinta ca prioritara fata de valoarea de schimb) si al functionalismului. Ce înseamna aceasta?

1. ca obiectul e un referent real, rezultat al unui proces - productia;

2. ca producerea de obiecte e orientata, în primul rînd, de existenta unor nevoi primare, definite (foarte vag, dupa cum arata Baudrillard) prin criteriul "minimului vital"[3], asupra caruia vom reveni;

3. ca, prin urmare, productia nu e un joc sau un act gratuit, ci un efort a carui valoare sta în putinta de a crea obiecte utile (maxima utilitate fiind definita ca functionalitate), a caror folosire duce la stingerea nevoilor primare specifice, carora le raspunde cutare sau cutare obiect. Consumul apare astfel ca un complement simetric al productiei, ambele trimitînd, prioritar, la valoarea de utilizare a obiectului. Moartea obiectului ("consumarea" lui) e simultana cu disparitia nevoii, productia si consumul

articulîndu-se într-un proces tranzitiv (descris de economia politica marxista), în care valoarea se constituie prin referire directa la munca înmagazinata, cantitativ, în obiectul produs.

Dincolo de clivajele ideologice, criteriul *efortului substantializat* inspira întreaga conceptie a obiectului traditional, nascuta odata cu epoca industriala si concretizata în economia politica marxista. Faptul ca, în "capitalism", munca e "alienata", goliritlu-l pe om de propria-i substanta (ca si cum umanitatea nu ar fi decît *volumul* de munca pe care-l depune specia umana), sau ca în "socialism" (asa cum s-a manifestat el în tarile fostului bloc sovietic), e "eliberata", interiorizata, dînd sens vietii sub semnul unei bucurii inefabile (cam suspecta însa[4]) nu schimba cu nimic datele problemei, în economia politica marxista, arata Baudrillard, productia face obiectul unei "autonomizari religioase"[5], "fantasmatice , si al unei critici ***a*** *modurilor* succesive de constituire a marfii. Ceea ce romantismul produc-tivist al lui Marx exploreaza însa mai putin e *principiul* însusi al productiei, altfel spus productia *ca forma,* în zilele noastre, productia nu mai raspunde unei finalitati concrete (satisfacerea nevoii de a consuma obiecte, de a stapîni enunturi si mesaje, de a acumula bogatii si valori - altfel spus de a spori *continuturi* ce preexista propriei lor forme), ci face sa functioneze raporturi sociale de re-productie condificata a unui vast scenariu de integrare si o ampla retea de structuri de mobilizare si de reprimare generalizata a corpului social[7].

Cîteva exemple: sloganul minimului vital, care nu poate fi determinat prin criterii substantial-pozitive, ci rezidual: nivelul nevoilor, adica al variabilelor ce intra în joc pentru definirea pragului de supravietuire, face obiectul unei reflectii ideologice, nu economice. în societatile arhaice -

dar si în lumea contemporana -, mecanismele productive nu functioneaza, în primul rînd, pentru asigurarea nevoilor de supravietuire, ci pentru a crea conditiile unei prelevari gratuite ce ipotecheaza ansamblul societatii, satisfacerea nevoilor aparînd doar ca un imperativ secundar. Fie ca e vorba de cheltuieli somptuare, de sacrificari rituale ale valorilor sau de profitul economic adunat, ca plusvaloare, undeva în afara circuitului social al produselor, risipa, cheltuiala "inutila" sau beneficiul obtinut *fara efort* si izolat de comunitatea care l-a produs preceda întotdeauna economia functionala si criteriul minimului necesar subzistentei. *Oricare ar fi volumul obiectiv al resurselor,* cheltuielile unei societati se articuleaza în functie de excedente sau deficite structurale, si nu reale. "Pragul de supravietuire nu e determinat de jos în sus, ci de sus în jos [...] Exista chiar o strînsa corelatie între subdezvoltare, cresterea vertiginoasa a straturilor sociale pauperizate, si dezvoltarea tentaculara a structurilor

religioase, militare, de personal domestic, precum si a sectorului inutil"[8].

Privind lucrurile din directie opusa, dar dupa aceeasi lege de producere a surplusului, pragul consumului obligatoriu e adesea stabilit dincolo de minimumul necesar, fiind mereu dependent de producerea plusvalorii. în tarile occidentale dezvoltate, scrie cu umor Baudrillard, "nimeni nu are voie sa traiasca cu radacini crude si cu apa rece" [9]. Nevoile nu mai sînt, prin urmare, o forta de consuni eliberata de societatea abundentei,*care le-ar produce,* ci "o foita de productie generata de însasi functionarea sistemului[10]: ele sînt ale sistemului, nu ale omului. Cum am putea admite, altfel, ca posedarea, într-o singura familie, a doua-trei automobile de exemplu, e o "nevoie" riguros determinata ca minim de supravietuire? Cînd apare aceasta nevoie "vitala", si cum se explica faptul ca, alaturi de familiile posesoare ale acestui "minim" de subzistenta, alte familii, lipsite de el, continua sa traiasca?

Producerea de obiecte nu mai are asadar ca orizont eliminarea nevoilor, dupa cum acestea nu-si gasesc rezolvarea prin consum. Constrîngerea nevoilor nu e lineara, ci exponentiala, fiind, de fapt, un imperativ de consum accelerat. în sfîrsit, consumul nu e o cheltuiala de resurse, ci o investitie rentabila, lucru ilustrat foarte bine de mecanismele de creditare. "Cine face datorii se îmbogateste", putem citi într-un slogan publicitar, iar în altul: "Cumparati si va veti îmbogati". Creditul, veritabil "drept economic al cetateanului"'[1], consacra simultan disparitia nevoilor si a obiectelor. Primele sînt anulate de acumularea exuberanta de obiecte, **iar** acestea îsi pierd specificul prin faptul ca nu mai sînt expresia unui efort de productie, ci a unei inertii a consumului care le goleste de propria lor substanta. Utilizatorul obiectului cumparat pe credit se bucura de acesta *ca si cum ar fi al lui.* Durata ratelor de plata acopera însa de multe ori cu greu durata de viata a obiectului, care poate fi uneori chiar mai scurta decît scadenta ratelor. Cînd cumpar un frigider în rate nu sînt deloc sigur ca nu se ca strica iremediabil înainte ca eu sa-l platesc. Psihologic, mecanismul creditului.

încurajat frenetic de economia de piata, produce nesiguranta: obiectul luat pe credit traieste, vag, într-un "viitor anterior" (timpul improbabil în care "va fi fost platit" y^2, iar cumparatorul e mereu "în întîrziere fata de obiectele cumparate", ce-i invadeaza existenta ametitor, ipotecîndu-i-o ca "suma de eforturi si de munca pe care ele o reprezinta" .

Obiectul consumat nu e deci un obiect produs, rezultat al unui efort al persoanei, ci unul re-produs în cadrul unui cod ce structureaza ansamblul corpului social. Pe de alta parte, deriva exponentiala a consumului se refera mai putin la satisfacerea nevoilor cît la o acumulare nesfîrsita *de semne*[14] ale acestora. Nevoile devin astfel abstracte,

contribuind la mentinerea unui echilibru social în care consumul preceda productia ca principiu de socializare, si în care mecanismele financiare preiau si reorganizeaza prioritatile strict economice. Obiectele moderne, definite prin criterii noi (comutabilitate, mobilitate sporita, specializare îngusta, eliberare de estetica canonica), marcheaza o etapa noua în conceptia noastra despre istorie, cultura, comunicare si valori.

2. Obiectul re-produs. Pietrele unghiulare ale productiei economice traditionale sînt urmatoarele: obiectul concret, definit prin criterii precum: munca investita în el, valoarea de utilizare pe care o reprezinta (care, cel putin în parte, e expresia cantitatii de munca depusa pentru producerea lui); prioritatea modelului fata de productia de serie; caracterul viu al muncii si semnificatia ei dialectica (efortul productiv e mijlocul privilegiat de integrare sociala a persoanei).

Structurile socio-economice contemporane pun însa sub semnul întrebarii întregul arsenal teoretic al economiei politice. Mai întîi, criteriul central al valorii obiectului produs e pe cale de disparitie: obiecte ultra-sofisticate sînt produse cu telinologii de înalta performanta, cu costuri reduse si, pe deasupra, fara efort. Valoarea materiala a obiectului, dar si cea de stradanie productiva(concretizata în tensiunea fizica a muncii) tind prin urmare spre zero, iar spirala preturilor e descendenta. Acest lucru e posibil si datorita perimarii accelerate - si deliberate - a modeleleor, care trec practic instantaneu în productia de serie. Decalajul

temporal între aparitia unui model si serializarea lui se îngusteaza continuu: tot asa cum putem vorbi de prioritatea consumului asupra productiei se poate sustine ca, paradoxal, seriile preexista, ca foita de integrare economica, modelelor, care de fapt le-au dat nastere.

Munca concreta, al carei sens s-a generalizat în imaginea efortului muscular, si-a pierdut asadar virtutile productive. Daca însa vointa eroica de a da nastere obiectelor a devenit improductiva, ne vom întreba, pe drept cuvînt: cum poate fi definit procesul care, în zilele noastre, genereaza obiecte?

Maix a crezut, cu oarecare naivitate, ca munca e mijlocul privilegiat de realizare plenara a persoanei umane si ca, prin urmare, criteriul major de

integrare sociala e producerea de bunuri. Aceasta mitologie productivista a dat nastere, printre altele, ideologiei egalitariste occidentale, ce identifica *cresterea* economica cu*abundenta,* si pe ultima cu *democratia^5:* nu exista bogatie fara crestere economica si nici democratii sarace. La o privire mai atenta, ne vom da însa seama ca între crestere si abundenta se interpun structuri sociale de discriminare si de dominatie, si ca mitul cresterii nedefinite e, în esenta lui, un compromis între visul egalitar si imperativul mentinerii privilegiilor[16]. în lumina acestei analize, progresul tehnologic nu e mobilul cresterii

economice, ci izvoraste el însusi din dubla determinare pe care am subliniat-o: cresterea nu e rezultatul progresului tehnologic, acesta fiind el însusi produs ca instrument de putere. O democratie fara înalte telinologii ar fi slaba, prin urmare saraca, riscînd asadar sa cada în totalitarism.

Tabloul societatilor occidentale contemporane e departe de idealul abundentei generalizate, oferind mai degraba imaginea unei lumi minutios ierarhizate si a unor inegalitati materiale evidente. Democratiile se întemeiaza pe principiul egalitatii sanselor, nu pe egalitatea materiala a persoanelor. Una dintre iluziile criticismului marxist a fost credinta în inocenta masinii si a progresului - visul revolutiei tehnico-industriale -, corelata cu prejudecata hegemoniei muncii vii asupra muncii moarte (chiar daca conceptul de munca-capital introduce presentimentul unui principiu de excludere si discriminare tocmai la nivelul muncii[17]). Nu e o întîmplare ca Marx analizeaza doar sumar munca improductiva, altfel spus *re-produc-tiva,* de exemplu munca-serviciu (sectorul tertiar de astazi), aceasta "categorie arhaica"[18], ambigua si greu de definit, în care prestatia e inseparabila de prestatar: "Serviciul adus cuiva e o adeziune cu trupul, cu timpul, cu spatiul si cu materia cenusie. Faptul ca produce sau nu ceva e indiferent fata de indexarea personala pe care o presupune. Gata cu plusvaloarea; salariul îsi pierde sensul obisnuit [...] Avem de-a face cu supunerea reala, cu solicitarea si rechizitionarea totala a persoanei. în acest sens, munca nu mai difera de alte practici, în speta de termenul ei contrai-, timpul liber care. din cauza ca implica aceeasi mobilizare si investire personala (sau dezin-vestire productiva), e, în zilele noastre, în mod identic, un seniciu adus cuiva"[!] .

Accelerata, descentralizata, adusa într-un ciclu de o mobilitate extrema si reprodusa prin mecanisme de autogestionare (exemplu: munca desfasurata la domiciliu, ai carei rezultat e transmis prin retele informatice interconectate), munca înceteaza de a fi un mod productiv, devenind cod reproductiv si principiu de socializare fortata într-o lume "cu fata de u-zina"[20]. Ea "invadeaza viata **tuturor,** ca represiune fundamentala, control si ocupatie permanenta [...] Trebuie ca oamenii sa fie fixati pretutindeni: la scoala, la uzina, pe plaja sau în fata televizorului, printr-o permanenta mobilizare generala"-l. In dimensiunea lui codificata, timpul liber însusi îsi pierde valoarea de utilizare (libertatea pe care o avem de *a-l pierde,* de

a-l folosi dupa bunul nostru plac), devenind un straniu obiect de consum, eliberat ca un "capital cronometric" abstract[22] ce poate fi *cumparat* asemenea oricarei marfi, si încetînd, tocmai prin aceasta, de a mai fi cu adevarat liber. Asa cum munca se dizolva în propriul ei cod, libertatea clipelor de ragaz e semnul supremei noastre servituti si al reificarii ultime a fortei de munca[23]. Iar daca munca

mimeaza producerea de obiecte, timpul liber reproduce, la rîndul lui, semnele integrarii silite în societatea globala.

3. Obiectul - deseu. Eliberarea obiectului ca simulacru si de-natu-ralizarea valorilor pun sub seninul întrebarii însusi principiul realitatii lumii si istoriei[24]. Sa revenim însa la cîteva obiecte devenite, prin specularitatea realitatii si a aparentei, propria lor imagine.

O componenta a revendicarilor feministe a fost ceea ce unii au numit "revolutia sexuala", ce ar fi tins la restabilirea demnitatii feminine si a egalitatii morale a sexelor. Doua idei de baza au inspirat acest fenomen: convingerea ca femeia era supusa represiunii masculine si imperativul eliberarii fara oprelisti a dorintei si energiei sexuale, într-un mod ce aminteste, destul de curios, de productivismul dezlantuit al economiei politice marxiste. Or, arata Baudrilllard, sexualitatea nu a fost niciodata reprimata *în materialitatea ei,* ci doar supusa unei "constrîngeri de exprimare, asadar *de producere*a sexului" (s.B.)[25]. Istoria sexualitatii e întru totul similara istoriei nebuniei descrisa de Michel Foucault în *Histoire de la folie a l'âge classique:* ambele au fost initial izolate, "oprimate", întemnitate în interdictii verbale sau în institutii specifice, eliberîndu-se, în zilele noastre, într-o normalitate cotidiana care, în fapt, e începutul propriului lor sfîrsit[26]. Sexul fara mister, proferat, afisat si exhibat pornografic, în fascinatia proximitatii absolute si într-un exces de vizibilitate îsi pierde realitatea: el se "hiperrealizeaza", altfel spus se resoarbe, ca obiect, în propria-i imagine[27].

Paradoxul e în faptul ca eliberarea energiilor nu aduce egalitatea persoanelor sau a categoriilor umane, biologice ori socio-profesionale, ci antreneaza o întarire a socializarii, care devine tot mai puternica, diferentiata si ierarhizata: "Orice forta si orice discurs eliberat e un cerc adaugat spiralei puterii[28]. Eliberarea în bine e, simultan, eliberare în rau[29], iar eliberarea maxima aduce imobilizarea spectrala a obiectului în propria-i aparenta si a umanitatii în propria-i virtualitate. Realitatea lumii e prin urmare reziduala: cea a unui deseu ce procedeaza dintr-o istorie virtuala, "în reciclarea universala a deseurilor, devenita marea noastra sarcina istorica, arata Baudrillard în*Ecologia malefice?®,* lucrul cel mai rau e faptul ca specia umana începe sa se produca pe sine ca deseu, continuînd efectul de dejectie chiar asupra ei. Cel mai rau nu e ca sîntem napaditi de deseurile concentrarilor industriale si urbane, *ci ca ne-am transformat noi însine în deseuri* (s.B.): ca natura a ajuns sa fie reziduala, insignifianta, împovaratoare, si ca nu mai stim cum sa scapam de ea [...] Cînd se construieste o autostrada, un supermagazin, o metropola, tot ce le înconjoara se

transforma în desert [...] Ecologia - si orice ecologie e benevola - nu poate face nimic. Ar fi nevoie de o ecologie malefica, care sa trateze raul cu alt rau".

într-adevar eliberarea sub semnul tehnolgiilor triumfatoare, prin accelerarea vertiginoasa a proceselor fizice, biologice, istorice sau de comunicare aduce un fel de instantaneizare a lumii, reversibilitatea cauzelor si a efectelor, curbarea linearitatii în circularitate si disparitia tuturor punctelor de referinta. Prinse într-o circularitate ametitoare, evenimentele îsi pierd dimensiunea temporala: aflate neîncetat în întîrziere fata de propria lor desfasurare, ele se vor rasuci asupra lor, într-o ciudata "retrocurbura" a istoriei"[31], care, tocmai din acest motiv, nu se va sfîrsi niciodata. Baudrillard raspunde profetilor "sfîrsitului istoriei", ale caror puncte de sprijin sînt ideea miscarii progresiv-lineare a istoriei si cea a finalitatii proceselor (finalitatea istoriei ar fi, dupa ei, propria ei moarte), prin afirmarea instantaneitatii virtuale a mesajelor, informatiilor si proceselor, fata de care lealitatea apare doar ca un rest structural, o "excrescenta" sau un deseu nereciclat. Aceasta "deoarece, de fapt, ***nimic*** *nu are loc în timpul real* (s.B.). Nici macar istoria. Istoria în timp real e reteaua de televiziune CNN si informatia instantanee, care e tocmai contrariul istoriei"[32].

Obiectele hiperreale, iesite din istorie si straine propriei lor durate, sînt sortitte transparentei absolute. Ele si-au pierdut determinarile fizice, biologice, psihologice, sexuale, economice, politice etc. Exemplu: corpul orbital as cosmonautului, izolat în stare de imponderabilitate si de asepsie totala, într-un spatiu simulat, nu într-unui fizic. în acest caz, orbitalizarea fiintei umane e contemporana cu satelizarea propriei noastre lumi: spatiul metafizic se retrage, cedîndu-si locul hiperrealitatii stelare. Pentru cosmonaut, realitatea nu mai e decît un trup inutil, un reziduu mort sau un terminal înzestrat cu calitatile telematice. La drept vorbind, e vorba mai putin de o pierdere efectiva a realitatii cît de o "proximitate absoluta" si de o "supraexpunere la transparenta" (identica, de altfel, cu promiscuitatea sexului în pornografie) care face ca omul sa nu se mai poata produce ca aparenta sau imagine, ci sa devina "un pur ecran, ori o suprafata de absorbtie si de resorbtie a retelelor de influenta"[33].

Cum mai poate fi concediata realitatea? Prin suprimarea germenilor de viata. Nasterea copiilor în eprubeta, într-un spatiu total aseptic, supraprote-jat (asemanator cu cabina cosmonautului), e prefigurarea viitorului ca e-xistenta sub vid, care pîna acum era rezervata doar bacteriilor si particulelor din laboratoare. Purificarea artificiala a mediilor si a ambiantei, al carei scop e sa suplineasca sistemele imunologice interne aflate în suferinta si protectia naturala a organismelor anunta aparitia unei umanitati vulnerabile în mod absolut: supraprotejat dar lipsit de aparare, omul viitorului va trai într-o lume de o sofisticare igienica mortala, fiind un imuno-defi-cient virtual ce va face specia sa dipara prin dispersie în propriile ei aparente.

Aceeasi diseminare orbitala si satelizare a realului apare în fenomenele politico-financiare contemporane. în zilele noastre, capitalul (care pentru Marx avea pondere si stabilitate) e transpolitizat, plasat pe orbita planetei dincolo de raporturile si conflictele de productie, politice sau ideologice; el se autonomizeaza ca forma aleatorie si mobila, "functionînd dincolo de propriile lui finalitati, într-o maniera absolut ireferentiala"[34].

Razboiul total e un razboi virtual, iar amenintarea atomica e plasata si ea pe orbita si fragmentata în mici reziduuri: razboaiele miniaturale de la sol, duse cu mijloace conventionale. La fel, datoria mondiala, exorbitanta, care e si ea orbitalizata, devenind ,,un satelit al pamîntului, ca si razboiul"[35]. ,,O adevarata minune, aceasta datorie ce se învîrte într-una, capitalurile absente care circula, bogatie negativa care, într-o zi, va fi desigur si ea cotata la Bursa [...] înca nu s-a gasit solutia orbitala pentru suprapopulatie, dai" nu trebuie sa ne pierdem speranta"[36].

Tot ce e viu, real, diferentiat, produs cu efoit - asadar sortit sa moara - e un simplu deseu de care nu ne putem debarasa decît reciclîndu-l în hiperrealitatea orbitala (care va reusi poate, cîndva, sa absoraba pîna si foita de munca excedentara[37]) sau integrîndu-l *fara rest* în structurile societatii globale. Volatilizarii pe orbita a capitalurilor, razboaielor si satelitilor artificial ai pamîntului îi raspund

dispozitivele integratoare precum consumul (deja evocat) sau marile defasurari politico-mediatice din democratiile occidentale. Iar daca productia de obiecte e un fel de deseu al consumului (aici, sloganul ar putea fi: tot ce nu poate fi consumat trebuie produs), vointa politica responsabila e si ea doar un reziduu al masificarii, adica al disciplinarii multimilor amorfe, sub semnul inertiei. Dupa cum arata Baudrillard, în tarile occidentale puterea politica a disparut, iar societatea, a carei initiativa e neutralizata prin tehnici de manipulare si de reciclare, apare doar ca un imens "deseu cumulativ"[38]. Asemenea capitalului financiar, democratiile se descentralizeaza continuu, se deconecteaza, se depolitizeaza si se deteritorializeaza, fara a-si propune însa finalitati, optiuni polemice sau proiecte de responsabilitate civica: singurul scop al organizarii democratice a statelor e integrarea ansamblului social, banalizarea si dizolvarea spiritului de raspundere prin simultaneizarea pornografica a tuturor discursurilor. Exemple: sondajele de opinie, care prin partialitatea lor imposibil de dovedit erodeaza vigilenta politica, actionînd asupra masei electorale precum acizii într-un test chimic[39]; înmultirea galopanta a comemorarilor - adevarata "euforie sub perfuzie"[40] - în mijlocul indiferentei populare; fluiditatea docila si lipsa de reactie a maselor, care, în clipa cînd opteaza pentru un candidat sau altul, o fac mai putin din dorinta de a fi reprezentate cît din aceea de ,,a asista la reprezentatia politica", ca la un spectacol[41]: cel al puterii pe care o aleg *pentru a se debarasa de putere!* Lucra vizibil si în nehotarîrea - doar aparenta - care, uneori, aduce la putere

partide fara program definit, în vreme ce ar fi firesc ca alegerea sa vizeze un program anume, eventual împotriva puterii!

142

Caracterul sumbru al analizei politice a lui Baudrillard reia conceptia sa despre istorie: asa cum istoria nu se va sfirsi niciodata, *pentru ca de fapt înca nu a început* cu adevarat în dimensiunea ei de progres linear decît poate la modul rezidual [42], puterea politica nu poate muri de moarte violenta. Deoarece puterea si-a tradat esenta politica, dizolvîndu-se în interactiunea publicitar-mediatica, "majoritatile tacute" o vor sustine mereu, tocmai pentru a scapa de ea! si aceasta, arata Baudrillard, în virtutea unei observatii care tine de bunul simt: de cînd exista putere politica, atitudinea spontana a maselor fata de ea a fost o reactie de neîncredere, chiar si atunci cînd, prin forta lor de decizie materializata în votul depus în urne, i-au consacrat legitimitatea.

Consecvent siesi, Baudrillard refuza alternativele de recuperare si depasire dialectica a contradictiilor si ambiguitatilor istoriei li politicii. Deoarece "energiile legate îsi vizeaza propria moarte"[43] - prin eliberare -, singura strategie lucida e cea *catastrofica,* în care "lucrurile sînt împinse pîna la limita la care, în mod firesc, se inverseaza si se prabusesc totodata"[44]. Punctul crucial al reflectiei oneste trebuie sa fie raul însusi *(le mal),* nu nefericirea *(le malheur).* De unde concluzia, patrunsa de amaraciune dar în acelasi timp tonica, a ultimului sau volum: „Ne gasim în fata unei tentative duble: a împlinirii lumii si a realitatii integrale - si a continuarii unui Nimic din care cartea de fata face parte. Ambele sînt sortite esecului, în vreme însa ce esecul unei tentative de împlinire e negativ, cel al uneia de distrugere e vital si pozitiv. Tocmai de aceea, gîndirea care stie ca oricum va esua, trebuie sa vizeze obiective criminale. O întreprindere ce vizeaza obiective pozitive nu-si poate îngadui sa esueze. Una care vizeaza obiective criminale trebuie sa esueze. Tocmai aceasta e practica, bine temperata, a principiului raului. Daca sistemul esueaza viind sa fie totul, din el nu ramîne nimic. Daca gîndirea esueaza cu vointa de a nu fi nimic, întotdeauna va ramîne ceva"[45].

Horia LAZĂR

[1] Traducerea titlurilor în limba româna e urmata de sigle pe care le vom folosi, dupa nevoi, în trimiterile bibliografice din studiul nostru. Paginatia *Sistemului obiectelor* (SO) trimite la editia originala. Notele numerotate apartin autorului, cele marcate cu asterisc sînt ale noastre. [2]TM,p. 11. [3]CEPS,p. 84.

[4] Curioasa viciere a perspectivei, introdusa de ideologia marxista (inutil sa mai amintim ca economia politica marxista e mai putin opera stiintifica cît ideologica, asadar un instrument de presiune): anterior societatii socialiste (si

comuniste) popoarele au muncit somnambulic, într-un soi de vast univers concentrationar, în care au fost silite sa intre, vînzîndu-si forta de munca pentru a putea subzista. în comunism, a carui imagine nu o mai putem desparti de lagarele de munca fortata - instalatii-pilot de "reeducare" prin infuzarea "adevaratului" sens al muncii, în fapt însa institutie de exterminare a opiniilor

politice contrare sistemului -, popoarele se "elibereaza" ca si colectivitati muncitoare informe, riguros disciplinate. Conceptia muncii "eliberate" în comunism lasa sa se întrevada visul nemarturisit al elitelor totalitare: oamenii trebuie sa-si traiasca cu convingere maxima constrîngere (cea a opiniei) ca pe o libertate; "justitia sociala" devine o terorizare permanenta a constiintelor.

"Exploatarea" capitalista aduce plusvaloare materiala, "eliberarea" comunista prin munca desfiinteaza persoana umana. Capitalismul e o uzina, comunismul o ocna, iar exploatatul de ieri e exterminatul de azi. [s]ESM,p.25.

[6] MP, p.9.

[7] ESM, p.28. [8]CEPS,p.85. [9] *Ibid., p. %6.* [10]/ft(V/.,p.87. [u]SO,p.218.

[12] *Ibid,* p.222.

[13] *Ibid.* [14]

rf,p [15]SC,p.62.

[16] *Ibid.,* p.66. în aceasta optica, consumul nu e~definit prin referire la valoarea de utilizare a obiectelor, ci apare ca un cod de comportament sever reglementat, cu semnificatie distinctiva, afiliindu-l pe consumator la un anumit grup, sau dimpotriva deniarcîndu-l în sînul acestuia (SC, p.79). în ce priveste legatura dintre privilegii si penurie (saracie), trebuie remarcat faptul ca, în logica ei sociala, cresterea e "reproducerea unei penurii *structurale"* (care nu are nimic de a face cu *raritatea*obiectelor: nu se produce mai mult pentru ca obiectele ar fi insuficiente), "sistematizata ca functie de relansare economica si ca strategie de putere" *(Ibid.,* p.89).

[17] ESM, p. 30.

[18] *Ibid.,* p.33.

[19] *Ibid.* [20]*Ibid.,p35.* [2]\ *Ibid.,* p.28.

[22] SC, p.240. La fel cum consumul nu elibereaza obiectul decît în *functia* lui abstracta (semnificarea nevoilor), timpul liber ne readuce, simetric, la *nevoia* de a ne elibera de timpul viu: daca munca nu mai produce obiecte ci semne ale dorintelor, ragazul reintroduce nevoia de a consuma simulacre de libertate.

[23] ESM, p. 34, notai.

[24] Ultima carte a lui Baudrillard, *Le crime parfait,* pretinde ca e "istoria unei crime: crima uciderii realitatii", si a "exterminarii unei iluzii - iluzia vitala, iluzia radicala a lumii" (CP.p.10).

[25]OF,p.21.

[26] "Refularea nu e niciodata refulare *a* sexului în folosul unui nu-stiu-ce, ci refulare*prin* sex - patrularea discursului, a trupului, a energiilor si a institutiilor de catre sex, în numele "sexului ce se exprima pe sine". Sexul refulat nu face decît sa ascunda refularea prin sex" (OF, p.26).

[27] Un exemplu: "indiferenta sexuala" a "sexului hipersexual", derealizat, ilustrat de Madonna, "condamnata sa încarneze succesiv, sau simultan, toate rolurile si versiunile (mai curînd decît perversiunile) sexului, deoarece pentru ea nu mai exista alteritate sexuala" (CP, p. 175). Hiperrealizarea e, în acelasi timp, dediferentiere si denaturalizare.

[28] OF, p.35. Lucru care apare la analiza ansamblului social, în globalitatea lui interactiva. Odata eliberata, feminitatea devine principiu director în retorica publicitara: toate obiectele primesc atribute feminine (caldura, fidelitate, atractivitate, supunere etc). Schemele de persuasiune publicitara confirma statutul de obiect (asadar pozitia de subordonare) al femeii în ierarhia sociala si erotica (SO, p.98).

[29] "Binele nu poate fi eliberat prin eliminarea raului. Mai rau: eliberînd binele eliberam

si raul. Adevarul nostru echilibru, balanta noastra e inseparabilitatea binelui si a raului"

(IF,p.l20).

«IF.p.115.

[31] *Ibid, p.24.*

[32]ftirf.,p.l30.

[33] ALM, **p.25.**

[M]TM,p.l9.

[35]/«</., p.35.

[36] *Ibid.*

[37] CP, p.69.

[38] GD,
p.33.

. ,

[39] *Ibid.,* p.37. De altfel, prin frecventa lor, sondajele "ucid alegerile , care nu mai sint decît "cazuri particulare" ale sondajelor! *(Ibid.,* p.128).

[40] *Ibid,* p.92.

,.. . " , .

[41] *Ibid.,* p.50. Paradoxul optiunilor electorale contemporane: oamenii politici sint alesi pentru ca *nu reprezint/i nimic'* Iar discursul liderilor politici, în care alterneaza demagogia servila si provocarile neputincioase, nu face decît sa ilustreze neîncrederea generalizata care, în zilele noastre, e principiul democratiilor.

[42] Daca ar trebui sa scriem o istorie a progresului, obiect istoric prin excelenta, ar trebui sa scriem istoria rezistentelor fata de progres, arata Baudrillard *(Ibid.,* p.126).[43]ESM,p.ll.

[44] *Ibid.*

[45] CP, p.207.

CUPRINS

INTRODUCERE.....5
A. SISTEMUL FUNCȚIONAL SAU DISCURSUL OBIECTIV . 11
I. STRUCTURILE DE ARANJARE A MEDIULUI COTIDIAN 11
Mediul traditional 11
Obiectul modern eliberat în propria-i functie.....12
Interiorul model 13
Elementele.....13
Peretii si lumina.....14
Luminarea.....15
Oglinzi si portrete.....15
Ceasul de perete si timpul 16
Spre o sociologie a aranjarii?.....17
Omul ce aranjeaza lucruri.....18
H. STRUCTURILE DE AMBIANȚĂ.....22
Valorile de ambianta: culoarea 22
Culoarea traditionala.....22
Culoarea naturala.....22

Culoarea functionala.....24
Caldul si recele.....26
Valorile de ambianta: materialul.....26
Lemn natural, lemn cultural 26
Logica ambiantei.....27
Un material model: sticla.....28
Omul de relatie si de ambianta.....30
Scaunele.....30
Culturalitate si cenzura.....31
Valorile de ambianta. Gestica si formele.....32
Gestica traditionala: efortul.....32
Gestica functionala: controlul 33
Un nou cîmp de operatii.....34
Miniaturizarea 35
Stilizare, manevrabilitate, învelire.....35
Sfîrsitul dimensiunii simbolice.....36
Abstractia puterii.....37
Mitul functionalist.....38
Forma functionala: bricheta 39
Conotatia formala: aripa masinii.....39
Alibiul formei.....40
146
HI. CONCLUZIE: NATURALITATE sI FUNCȚIONALITATE 45 ANEXA: LUMEA DOMESTICĂ sI AUTOMOBILUL . . . 45
B. SISTEMUL NEFUNCIONAL SAU DISCURSUL SUBIECTIV
I. OBIECTUL MARGINAL: OBIECTUL VECHI.....50
Valoarea lui de ambianta: istorialitatea.....50
Valoarea lui simbolica: mitul originii.....51
"Autenticitatea".....51
Sindromul neo-cultural: restaurarea.....52
Sincronie, diacronie, anacronie.....54
Proiectia inversa: obiectul tehnic la "primitivi"' 55
Piata lucrurilor vechi.....56
Neo-imperialismul cultural.....56
II. SISTEMUL MARGINAL: COLECȚIA.....58
Obiectul despartit de propria-i functie.....58
Obiectul-pasiune.....59
Cel mai frumos animal domestic.....60
Un joc serial.....61
De la cantitate la calitate: obiectul unic.....61
Obiecte si obisnuinte: ceasul de mîna.....63
Obiectul si timpul: ciclul dirijat.....64
Obiectul sechestrat: gelozia.....65
Obiectul destructurat: perversiunea..... 66
De la motivatia seriala la motivatia reala.....69
Discursul îndreptat spre sine.....70
C. SISTEMUL META- DISFUNCȚIONAL: GADGETURI sI ROBOȚI.....73
Conotatia tehnica: automatismul.....73
Tramcendenta functionala.....73
Aberanta functionala: gadgetul.....75
Pseudo-functionalitatea: masinul.....76
Metafunctionalitatea: robotul.....79
Avatarurile tehnicii.....82
Tehnica si sistemul inconstient.....85

D. SISTEMUL SOCIO-IDEOLOGIC AL OBIECTELOR sI AL CONSUMULUI.....90
I. MODELE sI SERII
Obiectul preindustrial si modelul industrial.....90
Obiectul "personalizat".....91
Alegerea.....92
147
Diferenta marginala.....92
Idealitatea modelului.....93
De la model la serie 95
Deficitul tehnic.....95
Deficitul de "stil" 96
Diferenta de clasa.....97
Privilegiul actualitatii.....98
Necazurile persoanei.....99
Ideologia modelelor 100
D. CREDITUL..... 103
Drepturile si îndatoririle cetateanului consumator..... 103
P recesiunea consumului: o nou etica..... 104
Constrîngerea de a cumpara..... 105
Miracolul cumpararii..... 106
Ambiguitatea obiectului casnic..... 107
UI. PUBLICITATEA..... 108
Discursul asupra obiectelor si discursul-obiect..... 108
Imperativul si indicativul publicitar..... 108
Logica lui Mos Craciun 109
Instanta materna: fotoliul Airborne..... 110
Festivalul puterii de cumparare..... 112
Gratificare si reprimare^ instanta dubla.....'114
Prezumtia colectiva..... 116
LessivePax..... 116
Concursul publicitar..... 117
Garap..... 119
Un nou umanism? 119
Conditionarea seriala..... 119
Libertatea prin lipsa..... 120
Un nou limbaj?..... 121
Structura si decupaj: marca..... 122
Un cod universal: standingul..... 125
CONCLUZIE: SPRE O DEFINIȚIE A "CONSUMULUI" 130
POSTFAȚĂ: ÎN CĂUTAREA OBIECTULUI PIERDUT (HoriaLazar).....,.....134